Parlament Europejski
2019-2024

Komisja Wolności Obywatelskich, Sprawiedliwości i Spraw Wewnętrznych

2021/0381(COD)

1.12.2022

OPINIA

Komisji Wolności Obywatelskich, Sprawiedliwości i Spraw Wewnętrznych

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: Anna Júlia Donáth

(*) Zaangażowana komisja – art. 57 Regulaminu

PA_Legam

POPRAWKI

Komisja Wolności Obywatelskich, Sprawiedliwości i Spraw Wewnętrznych 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 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 powinno wpływać na treść merytoryczną reklamy politycznej ani na przepisy regulujące eksponowanie reklamy politycznej, w tym tzw. okresy ciszy przed wyborami lub referendami. ***Jednym z celów niniejszego rozporządzenia jest zapewnienie rozliczalności i ogólnej organizacji uczciwego i otwartego procesu politycznego, ochrona praw obywateli, w tym wolności opinii i informacji, związanych z podejmowaniem decyzji politycznych i wykonywaniem prawa głosu, a także wkład we właściwe funkcjonowanie rynku wewnętrznego reklamy politycznej, zapewnienie możliwości wskazywania i korygowania na czas niezgodnych z prawem reklam politycznych oraz ujednolicenie przestrzeni internetowej i pozainternetowej. Państwa członkowskie, których przepisy krajowe przewidują taką możliwość, zachęca się, by rozważyły wprowadzenie okresów bez reklamy politycznej w tygodniach poprzedzających wybory lub referenda. Państwa członkowskie, które nie przewidują okresów bez reklamy politycznej, zachęca się, by rozważyły ich wprowadzenie, jeżeli uznają to za konieczne do pełnej realizacji celów niniejszego rozporządzenia.***

Poprawka 2
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 ***sponsorowaną, promowaną,*** publikowaną lub rozpowszechnianą bezpośrednio lub pośrednio przez podmiot polityczny lub ***sponsorowaną, promowaną,*** 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.

Poprawka 3
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,	(17) ***Sponsorowanie, promowanie,*** publikowanie lub rozpowszechnianie przez inne podmioty komunikatu, który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny czy sposób glosowania***, w tym na udział w procesie wyborczym***, również powinny 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, tożsamość sponsora, cel ***przekazu*** oraz środki, za pomocą których jest publikowany lub rozpowszechniany***, grupę docelową oraz***

wpływać na wynik wyborów lub referendum, proces legislacyjny lub regulacyjny lub zachowania wyborców.

cel przekazu. 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 4
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 17 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(17a) Reklamy dotyczące spraw publicznych są ingerencją w debatę publiczną, mającą ostatecznie wpływać na decyzje ustawodawców, a prawodawcy mają obowiązek działać zawsze na podstawie dowodów i w interesie publicznym, a nie na podstawie wąsko pojmowanego własnego interesu politycznego czy lobbingu silnych grup partykularnych interesów, dlatego żaden z przepisów niniejszego rozporządzenia nie powinien sugerować, że dotycząca spraw publicznych reklama zamieszczana przez autentyczne podmioty społeczeństwa obywatelskiego jest zagrożeniem dla demokracji czy polityki ani że reklamy takie są regularnie wykorzystywane do istotnego manipulowania ustawodawcami lub też niosą możliwość takiej manipulacji ustawodawcami, a tym samym zwolnienia ich z wymogu świadomości, że mają obowiązek działać zawsze na podstawie dowodów i w interesie publicznym. Żadnego z przepisów niniejszego rozporządzenia nie należy rozumieć jako sugerującego, że dotyczące spraw publicznych reklamy zamieszczane przez autentyczne podmioty społeczeństwa obywatelskiego nie są mile widzianymi interwencjami w sferze publicznej i debacie politycznej. Obowiązki nałożone na podmioty społeczeństwa obywatelskiego na mocy niniejszego rozporządzenia nie powinny zagrażać ich

	pracy ani jej utrudniać, a Komisja przy udziale szeroko reprezentowanego społeczeństwa obywatelskiego powinna prowadzić coroczne przeglądy, by monitorować wpływ niniejszego rozporządzenia na społeczeństwo obywatelskie i w razie potrzeby proponować działania naprawcze. Prowadząc roczny przegląd, Komisja powinna mieć na uwadze, że trzeba wykrywać wszelkie działania w złej wierze lub nadużywanie przepisów niniejszego rozporządzenia do osłabienia podmiotów społeczeństwa obywatelskiego, oraz niezwłocznie przeciwdziałać takim działaniom.

Poprawka 5
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 17 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(17b) Zwykli dostawcy usług ogólnych, z których korzystają dostawcy usług reklamowych lub podmioty polityczne, nie powinni być uznawani za dostawców usług reklamy politycznej i w praktyce powinni być uznawani za pozainternetowych odpowiedników dostawców internetowych usług pośrednich w rozumieniu art. 3 lit. g) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065[1a]. Tacy dostawcy usług ogólnych świadczą zatem usługi zwykłego przekazu, cachingu lub hostingu, ale także ich odpowiedniki pozainternetowe, takie jak usługi pocztowe i dystrybucyjne czy też świadczący podobnie neutralne usługi projektanci graficzni i drukarnie. By móc zakwalifikować te usługi jako odpowiedniki pozainternetowe, muszą one podlegać tym samym wymogom, czyli nie inicjować transmisji, nie wybierać odbiorcy transmisji oraz nie wybierać ani nie modyfikować informacji zawartych w

transmisji.

[1a] Rozporządzenie 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 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 niniejszym rozporządzeniem***.	(19) ***Niniejszym rozporządzeniem nie powinny być objęte*** poglądy polityczne ***lub inne treści redakcyjne*** wyrażane ***na odpowiedzialność redakcyjną dostawcy usługi*** w programach przekazów audiowizualnych ***i medialnych, w tym linearnych i nielinearnych,*** lub publikowane w ***czasopismach lub gazetach internetowych lub innych*** mediach***, chyba że usługodawca otrzymał od strony trzeciej wynagrodzenie za reklamę polityczną. Jeżeli usługodawca bez podania kontekstu redakcyjnego publikuje treści opublikowane już w kampanii politycznej lub przez kandydata, taką publikację należy uznać za reklamę polityczną i traktować jako taką, nawet jeżeli za usługę taką usługodawca nie otrzymał wynagrodzenia.***

Poprawka 7
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 21

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(21) Konieczne jest zdefiniowanie reklamy politycznej jako konkretnego	(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.	działania w zakresie reklamy politycznej ***sponsorowanej, przygotowywanej, zamieszczanej, promowanej, publikowanej lub rozpowszechnianej dowolnymi środkami***. Reklamy obejmują środki, za pomocą których komunikowany jest przekaz reklamowy, ***na przykład*** w formie drukowanej, w środkach masowego przekazu lub za pośrednictwem usług platform internetowych ***lub mediów społecznościowych***.

Poprawka 8
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 23

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(23) Pojęcie podmiotów politycznych powinno również obejmować urzędników niewybieranych, urzędników wybieranych, kandydatów i członków rządów na szczeblu europejskim, krajowym, regionalnym lub lokalnym. Definicja ta powinna również obejmować inne organizacje polityczne.	(23) ***Pojęcie podmiotów politycznych powinno również obejmować instytucje Unii, rządy, w tym na szczeblu regionalnym i lokalnym, oraz ich organy i jednostki, niezależnie od tego, czy mają osobowość prawną, o ile ich przekaz można utożsamić z reklamą polityczną.*** Pojęcie podmiotów politycznych powinno również obejmować urzędników niewybieranych, urzędników wybieranych, kandydatów i członków rządów na szczeblu europejskim, krajowym, regionalnym lub lokalnym. Definicja ta powinna również obejmować inne organizacje polityczne. ***Niektóre osoby mogą kontrolować nad podmiotami politycznymi i realizować w ten sposób osobiste interesy, umyślnie zatajając takie wpływy lub ukrywając je przed opinią publiczną. Również takie osoby należy uznać za podmioty polityczne w rozumieniu niniejszego rozporządzenia.***

Poprawka 9
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 31

Tekst proponowany przez Komisję	*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 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.	(31) Wolność wypowiedzi ***i informacji***, 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 ***bez ingerencji i ponad granicami***. ***Wszelkie restrykcje, warunkowanie i ograniczanie tej wolności*** 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. ***Wolność wypowiedzi należy do podstaw ożywionej debaty demokratycznej.***

Poprawka 10
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 38

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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	(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.

naukowych i najlepsze praktyki w dziedzinie zapewniania przejrzystości poprzez oznakowanie reklamy. ***Należy do tego wykorzystać co najmniej 15 % wyświetlanej reklamy, jej powierzchni lub czasu trwania, w zależności od formatu reklamy, tak by można było łatwo ustalić, że jest to reklama polityczna.*** 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 11
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 42 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(42a) Komisja powinna utworzyć europejską bibliotekę internetowych i pozainternetowych reklam politycznych oraz zarządzać nią, by przechowywać, archiwizować i udostępniać publicznie reklamy polityczne i wszelkie informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości. Wydawcy reklamy politycznej powinni bez zbędnej zwłoki – i nie później niż 24 godziny od daty pierwszej publikacji – udostępniać bibliotece europejskiej wszystkie informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości reklamy politycznej. Ponadto wydawcy reklamy politycznej będący bardzo dużymi platformami internetowymi i bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi w rozumieniu art. 33 rozporządzenia (UE) 2022/2065 powinni udostępniać i aktualizować w czasie rzeczywistym wszystkie informacje zawarte

	w ogłoszeniu o przejrzystości za pośrednictwem repozytoriów reklam publikowanych zgodnie z art. 39 rozporządzenia (UE) 2022/2065.

Poprawka 12
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 46

Tekst proponowany przez Komisję	*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 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.	(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 ***stronom z siedzibą w Unii***, 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 13
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(47) Dane osobowe zebrane bezpośrednio od osób fizycznych lub pośrednio, takie jak dane uzyskane w drodze wnioskowania, podczas klasyfikowania osób fizycznych według	(47) Dane osobowe zebrane bezpośrednio od osób fizycznych lub pośrednio, takie jak dane ***zaobserwowane lub*** uzyskane w drodze wnioskowania, podczas klasyfikowania osób fizycznych

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[11] oraz rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1725[12], 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 byliby 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***.

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[11] oraz rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1725[12], 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 byliby 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 amplifikacji, zgodnie z rozporządzeniami (UE) 2016/679 i (UE) 2018/1725***.
[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).	[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).	[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 14
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 łatwego rozwiązania tego problemu.

Poprawka 15
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(47b) Ciemne interfejsy 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 danych zachowań oraz zakłócania lub ograniczania ich samodzielności, podejmowania decyzji lub wyboru.

Poprawka 16
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, sprawiające, że procedura rezygnacji usługi jest znacznie bardziej uciążliwa niż skorzystanie z niej, niektóre wybory są trudniejsze lub bardziej czasochłonne niż inne lub domyślne ustawienia bardzo trudno jest zmienić, 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 przemysłu reklam internetowych bazujących na monitorowaniu.

Poprawka 17
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 dodanie dalszych ograniczeń, które powinny przyjąć formę ścisłych limitów przetwarzania danych osobowych do celów targetowania i dostarczania internetowej reklamy politycznej, na podstawie art. 16 TFUE.

Poprawka 18
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 e (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(47e) Techniki targetowania i dostarczania reklam, na określonych warunkach i przy ściśle ograniczonej

ilości dostarczonych 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 19
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 f (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(47f) Techniki targetowania i dostarczania reklam wiążące się z przetwarzaniem danych osobowych powinny być dozwolone wyłącznie z wykorzystaniem danych osobowych jednoznacznie przekazanych wydawcy reklam przed osobę, 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 reklam targetowanie i dostarczanie reklam politycznych z wykorzystaniem danych osobowych mogłoby przynieść duże zagrożenie dla praw i wolności osób fizycznych.

Poprawka 20
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 g (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(47g) Dostarczone 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, które w przeciwnym razie byłyby przetwarzane przy normalnym korzystaniu z usługi, takich jak metadane, dane o ruchu i lokalizacji lub treść komunikatów, zarówno prywatnych, jak i publicznych.

Poprawka 21
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 h (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(47h) Niektórzy kandydaci lub partie polityczne mające odpowiednie zasoby mogłyby 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 reklam 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 umieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie danej wiadomości.

Poprawka 22
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 dodać dalsze ograniczenia dotyczące targetowania i dostarczania reklam w okresie bezpośrednio poprzedzającym wybory lub referendum. W okresie 60 dni przed wyborami lub referendum techniki targetowania i dostarczania reklam w kontekście reklamy politycznej z wykorzystaniem dostarczonych 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 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 rozumieć na szczeblu regionalnym lub równoważnym, zgodnie z prawem krajowym, na potrzeby reklamy politycznej związanej z tymi wyborami.

Poprawka 23
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, jeśli chcą promować reklamę polityczną, 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 jest 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 24
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 odbiorców na podstawie dalszego przetwarzania danych osobowych. Dlatego wydawca powinien wybierać faktycznych odbiorcy reklamy politycznej tylko losowo, bez dalszego przetwarzania danych osobowych.

Poprawka 25
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 l (nowy)

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

Poprawka 26
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 podmiotem bez zgody osób, których dane dotyczą. Powinny temu towarzyszyć konkretne zabezpieczenia. Zgodę należy rozumieć jako zgodę w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2016/679 oraz	***skreśla się***

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) 2018/725.

Poprawka 27
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 49

Tekst proponowany przez Komisję	*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 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 i głównych parametrów zastosowanego targetowania oraz to, czy wykorzystano dane osób trzecich i dodatkowe techniki analityczne, w tym informacje o tym, czy	(49) W celu zapewnienia większej przejrzystości i rozliczalności administratorzy powinni wdrożyć dodatkowe zabezpieczenia przy stosowaniu w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej technik targetowania 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 lub rozpowszechniania reklamy politycznej wykorzystującej techniki targetowania administratorzy powinni dostarczyć, wraz z reklamą polityczną, istotne informacje umożliwiające zainteresowanej osobie fizycznej zrozumienie zastosowanej logiki i głównych parametrów zastosowanego

targetowanie reklamy zostało dodatkowo zoptymalizowane podczas jej dostarczania.	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 28
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 50

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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.	(50) Wydawcy reklamy politycznej wykorzystujący techniki targetowania 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 ***usługi reklamy politycznej***. W przypadku gdy ***usługę reklamy politycznej świadczy*** inny podmiot niż wydawca reklamy, ***ten inny podmiot*** 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 29
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 51

Tekst proponowany przez Komisję	*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 ***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.	(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 30
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 52

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

Poprawka 31
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 53

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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.	(53) Informacje, które mają być przekazywane zgodnie ze wszystkimi wymogami mającymi zastosowanie do stosowania technik targetowania 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***, oraz odpowiednia dla osób niedosłyszących i słabowidzących.***

Poprawka 32
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 58 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*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.

Poprawka 33
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 70

Tekst proponowany przez Komisję	*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) 2021/xxx [akt o usługach cyfrowych], rozporządzeniem (UE) 2021/xxx [akt o rynkach cyfrowych],	(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.

a także dyrektywą (UE) 2010/13,
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 34
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 1 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) zharmonizowane zasady dotyczące stosowania technik targetowania i ***amplifikacji*** w kontekście publikacji, rozpowszechniania lub promocji reklamy politycznej, które wiążą się z ***wykorzystaniem*** danych osobowych.	b) zharmonizowane zasady dotyczące stosowania technik targetowania i ***dostarczania reklam*** w kontekście publikacji, rozpowszechniania lub promocji reklamy politycznej, które wiążą się z ***przetwarzaniem*** danych osobowych.

Poprawka 35
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	2. Niniejsze rozporządzenie ma zastosowanie do sponsorowanej reklamy politycznej ***sponsorowanej,*** przygotowywanej, zamieszczanej, promowanej, publikowanej lub rozpowszechnianej w Unii lub kierowanej

państwach członkowskich, niezależnie od miejsca prowadzenia działalności przez dostawcę usług reklamowych i niezależnie od wykorzystanych środków.

do osób fizycznych w jednym lub kilku państwach członkowskich, niezależnie od miejsca prowadzenia działalności przez ***sponsora lub*** dostawcę usług reklamowych i niezależnie od wykorzystanych środków.

Poprawka 36
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	2a. Treści politycznych wyrażanych na odpowiedzialność redakcyjną wydawcy materiałów drukowanych lub internetowych lub dostawcy usług mediów audiowizualnych nie uznaje się za reklamę polityczną, jeżeli są one sponsorowane, przygotowywane, zamieszczane, promowane, publikowane lub rozpowszechniane bez jakiejkolwiek formy wynagrodzenia dostawcy usług przez stronę trzecią.

Poprawka 37
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 3 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
a) przyczynienie się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego w zakresie usług reklamy politycznej i usług powiązanych;	a) przyczynienie się do właściwego***, bezpiecznego, godnego zaufania i przejrzystego*** funkcjonowania rynku wewnętrznego w zakresie usług reklamy politycznej i usług powiązanych;

Poprawka 38
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 3 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) ochrona osób fizycznych	b) ochrona ***podstawowych praw i***

w zakresie przetwarzania danych ***osobowych.***	***wolności*** osób fizycznych***, zwłaszcza prawa do prywatności i ochrony*** danych***, wolności wypowiedzi i informacji oraz niedyskryminacji, zapisanych w Karcie praw podstawowych;***

Poprawka 39Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 3 – litera b a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ba) strzeżenie wartości, na których opiera się Unia, określonych w art. 2 Traktatu o Unii Europejskiej, zwłaszcza poszanowania wolności, demokracji i praworządności, oraz zagwarantowanie obywatelom Unii możliwości korzystania z podstawowych praw demokratycznych, w szczególności z prawa do wyrażania opinii i prawa do głosowania w przejrzystym otoczeniu.

Poprawka 40
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 4 – litera b

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

Poprawka 41
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 4 – litera i a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ia) rozporządzenia (UE) 2022/2065.

Poprawka 42
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 43
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 1

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
1. „usługa” oznacza wszelką działalność gospodarczą prowadzoną na własny rachunek, zwykle za wynagrodzeniem***, o której mowa w art. 57 TFUE***;	1. „usługa” oznacza wszelką działalność gospodarczą prowadzoną na własny rachunek***, o której mowa w art. 57 TFUE***, ***świadczoną*** zwykle za wynagrodzeniem ***lub w zamian za inną korzyść***;

Poprawka 44
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 rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób przekazu:	2. „działalność w zakresie reklamy politycznej” oznacza ***sponsorowanie,*** przygotowywanie, zamieszczanie, promowanie, publikację lub rozpowszechnianie w dowolny sposób komunikatu:

Poprawka 45
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 2 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, ***proces ustawodawczy lub regulacyjny*** lub sposób głosowania***.***	b) który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, lub ***sposób głosowania, lub***

Poprawka 46
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 2 – litera b a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ba) który może mieć wpływ na proces ustawodawczy lub regulacyjny.

Poprawka 47
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera b b (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	bb) rząd na szczeblu krajowym, regionalnym lub lokalnym, organy rządowe mające osobowość prawną lub nie oraz ich fundacje publiczne;

Poprawka 48
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera b c (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	bc) instytucję Unii i jej organy mające osobowość prawną lub nie;

Poprawka 49
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera g

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
g) organizację kampanii politycznej, posiadającą osobowość prawną lub jej nieposiadającą, utworzoną w celu ***osiągnięcia określonego wyniku*** w wyborach lub referendum;	g) organizację kampanii politycznej, posiadającą osobowość prawną lub jej nieposiadającą, utworzoną w celu ***wpłynięcia na określony wynik*** w wyborach lub referendum;

Poprawka 50
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera h a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ha) dowolną osobę fizyczną lub prawną, którą łączy stosunek kontroli z dowolną osobą lub organizacją wymienioną w lit. a)–h), powiązany z prowadzeniem działalności w zakresie reklamy politycznej;

Poprawka 51
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 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***	5. „usługa reklamy politycznej” oznacza usługę polegającą na reklamie politycznej, świadczoną bez wynagrodzenia za zamieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie

o usługach cyfrowych], świadczoną bez wynagrodzenia za zamieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie określonego przekazu;	określonego przekazu***, z wyjątkiem internetowych usług pośrednich w rozumieniu art. 3 lit. g) rozporządzenia (UE) 2021/2065***;

Poprawka 52
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, publikowana***, promowana*** lub rozpowszechniana;

Poprawka 53
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 7 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	7a. „dane osobowe” oznaczają informacje zdefiniowane w art. 4 pkt 1 rozporządzenia (UE) 2016/679 i art. 3 pkt 1 rozporządzenia (UE) 2018/1725;

Poprawka 54
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 55
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 56
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, podczas którego działania związane z kampanią podlegają szczególnym zasadom ***zgodnie z prawem krajowym***;

Poprawka 57
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 11

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
11. „wydawca reklamy politycznej" oznacza osobę fizyczną lub prawną, która ***nadaje, udostępnia za pośrednictwem***	11. „wydawca reklamy politycznej" oznacza osobę fizyczną lub prawną, która ***w dowolny sposób dostarcza*** reklamę

interfejsu lub w inny sposób udostępnia publicznie reklamę polityczną ***za pośrednictwem dowolnego medium***;	polityczną ***odpowiedniemu elektoratowi***;

Poprawka 58
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Artykuł 2a
	Identyfikacja reklamy politycznej
	By ustalić, czy dany przekaz jest reklamą polityczną w rozumieniu art. 2 pkt 2 lit. b) i c), uwzględnia się wszystkie jego cechy, a zwłaszcza następujące istotne czynniki:
	a) treść przekazu;
	b) sponsora przekazu;
	c) język zastosowany w przekazie;
	d) środki, za pomocą których przekaz jest promowany, publikowany lub rozpowszechniany;
	e) kontekst przekazu, w tym okres rozpowszechniania, na przykład okres wyborczy lub referendalny, a także cel przekazu;
	f) czy przekaz ma służyć wpływaniu na dany elektorat.

Poprawka 59
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 3 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	2a. Państwom członkowskim nie zabrania się ani nie ogranicza się ich prawa do utrzymania lub wprowadzania okresu ciszy reklamowej przed wyborami lub referendami, w którym można ograniczyć przygotowanie, umieszczanie, promowanie, publikowanie lub

	rozpowszechnianie nowych reklam politycznych.

Poprawka 60
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Artykuł 3a
	Transgraniczna reklama polityczna
	1. Wydawcy reklamy politycznej lub dostawcy usług reklamy politycznej nie dyskryminują sponsorów prowadzących działalność zgodnie z prawem na terytorium Unii Europejskiej wyłącznie ze względu na ich miejsce zamieszkania lub, w stosownych przypadkach, miejsce siedziby, gdy podmioty te zwracają się do nich o zawarcie umowy na reklamę polityczną w Unii, zawierają lub już zawarły taką umowę.
	2. Niezależnie od ust. 1 wydawca reklamy politycznej lub dostawca usług reklamy politycznej może odmówić świadczenia usług w państwie członkowskim, w którym ten wydawca lub dostawca nie prowadzi działalności gospodarczej.

Poprawka 61
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 4 – nagłówek

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
Przejrzystość	Przejrzystość ***i środki należytej staranności***

Poprawka 62
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 4 – akapit 1

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
1. Usługi reklamy politycznej świadczy się w sposób przejrzysty, zgodnie z obowiązkami określonymi w art. 5–11 i 14 niniejszego rozporządzenia.	1. Usługi reklamy politycznej świadczy się w sposób przejrzysty ***i z zachowaniem staranności***, zgodnie z obowiązkami określonymi w art. 5–11 i 14 niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 63
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 4 – akapit 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	1a. Usługi reklamy politycznej są finansowane lub świadczone na rzecz sponsora lub dostawcy usług działającego w imieniu sponsora będącego obywatelem Unii lub rezydentem Unii lub osobą prawną uznaną lub utworzoną zgodnie z porządkiem prawnym co najmniej jednego państwa członkowskiego lub państwa trzeciego należącego do Rady Europy, mającego w niej pełne prawo do reprezentacji i uznającego wartości równoważne z wartościami Unii.

Poprawka 64
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 4 – akapit 1 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	1b. Dostawcy usług reklamy politycznej zapewniają, że sponsorzy lub dostawcy usług działający w imieniu sponsora korzystają z ich usług na potrzeby reklamy politycznej tylko wtedy, gdy przed skorzystaniem z tych usług uzyskają następujące informacje:
	a) imię i nazwisko lub nazwę, adres, numer telefonu i adres poczty elektronicznej sponsora;
	b) kopię dokumentu tożsamości sponsora zawierającą wyłącznie istotne

informacje o nim lub jakąkolwiek inną identyfikację elektroniczną w rozumieniu art. 3 ust. 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 910/2014[1a], która służy wyłącznie do celów identyfikacji i następnie zostaje niezwłocznie usunięta;

c) dane rachunku płatniczego sponsora.

[1a] Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 910/2014 z dnia 23 lipca 2014 r. w sprawie identyfikacji elektronicznej i usług zaufania w odniesieniu do transakcji elektronicznych na rynku wewnętrznym oraz uchylające dyrektywę 1999/93/WE (Dz.U. L 257 z 28.8.2014, s. 73).

Poprawka 65
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	1a. Komisja przygotowuje wytyczne, by pomóc we właściwym stosowaniu niniejszego artykułu.

Poprawka 66
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	***skreśla się***

Poprawka 67
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 6 – ustęp 1 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję	*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; ***oraz***	c) kwot, na które wystawili faktury za taką usługę lub takie usługi, oraz wartości innych korzyści otrzymanych ***lub które mają być otrzymane*** w całości lub w części w zamian za świadczoną usługę lub usługi***, a także ich źródła***;

Poprawka 68
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) w stosownych przypadkach, tożsamości ***podmiotu politycznego,*** sponsora ***reklamy politycznej i, w stosownych przypadkach, podmiotu lub osoby, którzy ostatecznie kontrolują sponsora, ich*** danych kontaktowych ***oraz miejsca prowadzenia działalności lub zamieszkania; oraz***

Poprawka 69
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 6 – ustęp 1 – litera d a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	da) w stosownych przypadkach, wskazania danych wyborów, referendum lub procesu ustawodawczego lub regulacyjnego, które mają być przedmiotem reklamy politycznej.

Poprawka 70
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 daty ostatniego przygotowania, zamieszczenia, opublikowania lub rozpowszechnienia, w zależności od przypadku.	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 ***10*** lat od daty ostatniego przygotowania, zamieszczenia***, promowania***, opublikowania lub rozpowszechnienia, w zależności od przypadku. ***Wszelkie dane osobowe wykorzystywane do weryfikacji lub stwierdzenia ważności tych informacji są zatrzymywane tylko tak długo, jak jest to konieczne do tego celu, i nie są wykorzystywane do innych celów.***

Poprawka 71
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 6 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Artykuł 6a
	Oznaczanie reklamy politycznej
	1. Wydawcy reklamy politycznej dopilnowują jednoznaczne oznakowanie każdej reklamy politycznej, stwierdzające, że jest to:
	a) reklama polityczna, w przypadkach określonych w art. 2 ust. 2 lit. a) i b); lub
	b) reklama dotycząca sprawy publicznej, w przypadkach określonych w art. 2 ust. 2 lit. c).
	Niezależnie od różnicy w oznakowaniu, o której mowa w akapicie pierwszym, wszystkie przepisy niniejszego rozporządzenia stosuje się jednolicie do lit. a) i b).

Poprawka 72
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 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. ***Wydawca*** reklamy politycznej ***zapewnia w czasie rzeczywistym zawarcie w każdej reklamie politycznej następujących informacji, podanych w sposób przyjazny dla użytkownika, w formacie umożliwiającym odczyt maszynowy, jasno, wyraźnie i jednoznacznie***:

Poprawka 73
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 ***podmiotu politycznego i*** sponsora reklamy politycznej ***oraz wszelkich podmiotów lub osób, które*** ostatecznie ***kontrolują lub finansują*** sponsora;

Poprawka 74
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, ***o którym mowa w ust. 2***, lub wyraźnym wskazaniem miejsca, w którym można odnaleźć ***to ogłoszenie***.

Poprawka 75
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – litera c a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ca) oświadczeniem o ukierunkowanym charakterze reklamy, danych wykorzystywanych do targetowania oraz rodzaju wykorzystywanych danych osobowych, jeżeli dane osobowe są przetwarzane do określenia grupy odbiorców, którym prezentuje się tę reklamę;

Poprawka 76
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – litera c b (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	cb) oświadczeniem o koszcie danej pojedynczej reklamy.

Poprawka 77
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.	W tym względzie wydawcy reklamy politycznej ***wykorzystują co najmniej 15 % powierzchni, na której wyświetlana jest reklama, na*** 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.

Poprawka 78
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
2. ***Ogłoszenie*** o przejrzystości ***jest umieszczane w każdej reklamie politycznej lub*** jest ***z niej*** łatwo dostępne i zawiera następujące informacje:	2. ***W ogłoszeniu*** o przejrzystości ***stwierdza się, że dana reklama jest reklamą polityczną,*** jest łatwo dostępne ***z każdej reklamy politycznej*** i zawiera następujące informacje:

Poprawka 79
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera -a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	-a) opis szerszego kontekstu reklamy politycznej i jej celów;

Poprawka 80
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
a) tożsamość sponsora ***i jego dane*** kontaktowe;	a) tożsamość ***i miejsce zamieszkania lub siedziby*** sponsora ***lub, w stosownych przypadkach, podmiotu lub osoby, którzy ostatecznie kontrolują sponsora, a także ich sprawdzone*** dane kontaktowe;

Poprawka 81
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera a a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	aa) w stosownym przypadku, oświadczenie o ukierunkowanym charakterze reklamy, docelowej grupie odbiorców, danych wykorzystywanych do targetowania oraz rodzaju wykorzystanych danych osobowych, jeżeli dane osobowe są przetwarzane do określenia grupy odbiorców, którym

	prezentuje się tę reklamę, a także o źródłach, skąd uzyskano te dane;

Poprawka 82
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***, w tym w stosownych przypadkach datę rozpoczęcia i zakończenia kampanii politycznej***;

Poprawka 83
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 temat ich źródeł;	c) w oparciu m.in. o informacje otrzymane zgodnie z art. 6 ust. 3, informacje na temat łącznych wydanych kwot lub innych korzyści uzyskanych ***przez wydawcę reklamy politycznej*** w całości lub w części w zamian za przygotowanie, zamieszczenie, publikację***, promocję*** i rozpowszechnianie danej reklamy oraz, w stosownych przypadkach, kampanii reklamy politycznej, a także na temat ich źródeł;

Poprawka 84
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera c a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ca) informacje o łącznych kwotach lub innych korzyściach uzyskanych przez wszystkich dostawców usług reklamy politycznej, w tym wydawców, w całym łańcuchu wartości, w całości lub w części, w zamian za przygotowanie,

	zamieszczenie, publikację, promocję i rozpowszechnianie danej reklamy oraz, w stosownych przypadkach, kampanii reklamy politycznej;

Poprawka 85
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera c b (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	cb) źródła funduszy wykorzystanych w związku z lit. c) i ca);

Poprawka 86
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera c c (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	cc) w stosownych przypadkach, linki do informacji zbiorczych o nieaktywnych i aktywnych reklamach politycznych pochodzących od tego samego sponsora.

Poprawka 87
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera d

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
d) w stosownych przypadkach, wskazanie wyborów lub referendów, z którymi reklama jest związana;	d) w stosownych przypadkach, wskazanie ***konkretnych*** wyborów lub referendów, z którymi reklama jest związana***, oraz odnośnego okresu wyborczego***;

Poprawka 88
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 i ich lokalizacje w europejskiej bibliotece reklam politycznych***;

Poprawka 89
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera f a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	fa) informacje o innych możliwych reklamach dostarczonych w tej samej kampanii.

Poprawka 90
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. ***Przed udostępnieniem reklamy w domenie publicznej*** 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.

Poprawka 91
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	3a. Sponsorzy, dostawcy usług i wydawcy reklamy politycznej są odpowiedzialni za wypełnianie obowiązków powstających w własnych sferach interesów na mocy niniejszego artykułu zgodnie z mającym zastosowanie

prawem krajowym.

Poprawka 92
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 3 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	3b. Jeżeli wydawca reklamy politycznej uzyska informacje wskazujące na to, że informacje, o których mowa w ust. 1 i 2, są niekompletne lub niedokładne, podejmuje racjonalne starania, by je uzupełnić lub skorygować, w tym przez kontakt ze sponsorem lub odnośnymi dostawcami usług. Do czasu skorygowania tych informacji wydawca reklamy politycznej nie udostępnia jej lub zaprzestaje jej udostępniania oraz informuje o tym odpowiedniego dostawcę usług i sponsora.

Poprawka 93
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 3 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	3c. Jeżeli sponsorzy lub dostawcy usług reklamy politycznej dowiedzą się, że informacje przekazane lub opublikowane przez wydawcę reklamy politycznej są niekompletne lub niedokładne, bez zbędnej zwłoki kontaktują się z wydawcą i w stosownych przypadkach przekazują mu kompletne lub dokładne informacje.

Poprawka 94
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
4. Ogłoszenia o przejrzystości są	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***.	aktualizowane i prezentowane w formie łatwo dostępnej***, w tym dla osób z niepełnosprawnościami,*** i – jeżeli jest to technicznie możliwe – nadającej się do odczytu maszynowego, ***dobrze ustrukturyzowanej,*** wyraźnie dostrzegalnej i przyjaznej dla użytkownika, w tym poprzez zastosowanie prostego języka***, a także są udostępniane w internecie***. ***Ogłoszenie o przejrzystości sporządza się w tym samym języku co reklamę polityczną***.

Poprawka 95
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***.	5. Wydawcy reklamy politycznej ***publikują i*** przechowują ***reklamy polityczne i umieszczone w nich*** ogłoszenia o przejrzystości ***wraz z historią wszystkich zmian przez rok od ostatniej publikacji***.

Poprawka 96
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 5 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	5a. Wydawcy reklam politycznych zapewniają bez zbędnej zwłoki przekazanie informacji zawartych w ogłoszeniu o przejrzystości europejskiej bibliotece reklam politycznych. Biblioteka ta zawiera wszystkie wersje reklamy. Informacje udostępniane na interfejsie wydawców reklamy politycznej przedstawia się w formacie nadającym się do odczytu maszynowego, zgodnie ze wspólną strukturą danych i normami, oraz są dostępne przez wspólny interfejs programowania aplikacji, opracowany przez Komisję po zasięgnięciu opinii

odpowiednich zainteresowanych stron.

Poprawka 97
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. 33 rozporządzenia (UE) 2022/2065***, dopilnowują, aby repozytoria, które udostępniają zgodnie z ***art. 39*** tego rozporządzenia, ***bez zbędnej zwłoki*** udostępniały dla każdej reklamy politycznej w repozytorium informacje, o których mowa w ust. 2***, oraz zapewniają właściwym organom państw członkowskich dostęp do tych informacji w czasie rzeczywistym***. ***Repozytorium zawiera wszystkie wersje reklamy i jest publicznie dostępne.***

Poprawka 98
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.	7. ***Komisja we współpracy z państwami członkowskimi sporządza wytyczne***, 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. ***Wytyczne te zawierają wskazówki dotyczące stosowania niniejszego artykułu do reklamy politycznej zarówno w internecie, jak i poza nim. W szczególności wytyczne te zawierają wskazówki dla wydawców***

reklamy politycznej dotyczące starannego i szybkiego rozpatrywania powiadomień, o których mowa w art. 9 ust. 3.

Poprawka 99
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***, badań naukowych i zmian wprowadzonych przez właściwe organy na szczeblu unijnym lub krajowym*** taka zmiana jest konieczna do zrozumienia szerszego kontekstu reklamy politycznej i jej celów***, bez zmniejszania poziomu przejrzystości***.

Poprawka 100
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Artykuł 7a
	Europejska biblioteka reklamy politycznej
	Komisja tworzy europejską bibliotekę reklam politycznych i zarządza nią w celu przechowywania, archiwizowania i podawania do wiadomości publicznej informacji o reklamach politycznych, wymienionych w art. 7.Komisja przechowuje te informacje przez okres 11 lat od daty pierwszej publikacji reklamy politycznej. Wszelkie dane osobowe przechowuje się tylko przez okres pięciu lat.

Poprawka 101
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 8 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	1. Wydawcy 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, zagregowanych według kampanii, w ***odrębnej części sprawozdania*** z działalności w rozumieniu art. 19 dyrektywy 2013/34/UE, ***będącego*** częścią rocznego sprawozdania finansowego.

Poprawka 102
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 ***przyjazne dla użytkownika*** mechanizmy umożliwiające osobom fizycznym nieodpłatne powiadomienie ich, że dana reklama, którą opublikowali, nie jest zgodna z niniejszym rozporządzeniem.

Poprawka 103
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 9 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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	3. Wydawcy reklamy politycznej zezwalają na przekazywanie ***powiadomień***, o których mowa w ust. 1, drogą elektroniczną. ***Powiadamiający nie mają obowiązku podania danych osobowych.*** Wydawca reklamy politycznej informuje osoby fizyczne***, które zdecydują się podać dane kontaktowe,*** o działaniach podjętych

w ust. 1.	w związku z powiadomieniem, o którym mowa w ust. 1.

Poprawka 104
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 9 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	3a. Wydawcy reklamy politycznej bez zbędnej zwłoki, najpóźniej w ciągu pięciu dni analizują powiadomienie, o którym mowa w ust. 1, i odpowiednio na nie reagują, z należytą starannością, obiektywnie i bez dyskryminacji. Jeżeli powiadomienie dotyczy reklamy politycznej związanej z wyborami lub referendum, które mają się odbyć w ciągu mniej niż 30 dni, wydawcy reklamy politycznej analizują powiadomienie i reagują na nie w ciągu 36 godzin.

Poprawka 105
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 9 – ustęp 3 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	3b. Wydawcy reklamy politycznej informują zainteresowane strony o swoich uwagach i decyzjach związanych z powiadomieniem, o którym mowa w ust. 1. Odnośni wydawcy informują zainteresowane strony o mechanizmie odwoławczym związanym z powiadomieniem.

Poprawka 106
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 9 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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***.	4. Na powtarzające się powiadomienia na podstawie ust. 1 dotyczące tej samej reklamy lub kampanii reklamowej można odpowiadać ***w formie zautomatyzowanej***.

Poprawka 107
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 9 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Artykuł 9a
	Prawo do wniesienia skargi
	1. Osoby fizyczne i prawne mają prawo do wniesienia skargi na podmioty polityczne, wydawców, sponsorów i dostawców usług, którym zarzucają naruszenie niniejszego rozporządzenia.
	2. Państwa członkowskie, Europejska Rada Ochrony Danych lub Komisja ustalają zasady dotyczące prawa do wniesienia skargi, o której mowa w ust. 1. Właściwe organy oceniają skargę obiektywnie i mają uprawnienia określone w art. 15 ust. 4. W trakcie postępowania zainteresowane strony mają prawo do otrzymania odpowiednich informacji o statusie skargi zgodnie z prawem Unii i prawem krajowym.
	3. Jeżeli skarga podlega kompetencji innego właściwego organu w jego państwie członkowskim lub na szczeblu Unii, organ otrzymujący skargę przekazuje ją temu organowi w terminie siedmiu dni. W okresach wyborczych skargę przekazuje się bez zbędnej zwłoki. Właściwy organ otrzymujący skargę ocenia ją i w stosownych przypadkach podejmuje stosowne działania w terminie

15 dni. W okresach wyborczych ocenę tę wykonuje się w terminie pięciu dni.

Poprawka 108
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 9 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Artykuł 9b
	Zaufane podmioty sygnalizujące niezgodne z prawem reklamy polityczne
	1. Wydawcy reklam politycznych, którzy zezwalają sponsorom na publikowanie w internecie reklam politycznych, stosują środki techniczne i organizacyjne niezbędne do zapewnienia, że powiadomienia przekazywane przez zaufane podmioty sygnalizujące niezgodne z prawem reklamy polityczne za pośrednictwem mechanizmu, o którym mowa w art. 9, były rozpatrywane i rozstrzygane priorytetowo i bez zbędnej zwłoki.
	2. Właściwe organy krajowe przyznają na wniosek status zaufanych podmiotów sygnalizujących niezgodne z prawem reklamy polityczne dowolnemu podmiotowi, który wykaże, że spełnia wszystkie następujące warunki:
	a) ma konkretną wiedzę fachową i kompetencje do wykrywania i identyfikowania reklam politycznych niezgodnych z niniejszym rozporządzeniem oraz powiadamiania o nich;
	b) reprezentuje interesy zbiorowe i jest niezależny od jakichkolwiek wydawców reklam politycznych, sponsorów lub podmiotów politycznych;
	c) prowadzi działalność służącą przekazywaniu powiadomień starannie, rzetelnie i obiektywnie.

3. Właściwe organy krajowe przekazują Komisji i Europejskiej Radzie ds. Usług Cyfrowych nazwy, adresy pocztowe i adresy poczty elektronicznej podmiotów, którym przyznano status zaufanego podmiotu sygnalizującego lub którym taki status cofnięto zgodnie z ust. 6.

4. Komisja publikuje informacje, o których mowa w ust. 3, w publicznie dostępnej bazie danych w łatwo dostępnym formacie nadającym się do odczytu maszynowego i aktualizuje tę bazę danych.

5. Jeżeli wydawca reklamy politycznej ma informacje wskazujące, że zaufany podmiot sygnalizujący niezgodne z prawem reklamy polityczne złożył znaczną liczbę niewystarczająco precyzyjnych, niedokładnych lub nieodpowiednio uzasadnionych powiadomień za pośrednictwem mechanizmów, o których mowa w art. 9, przekazuje te informacje właściwym organom krajowym oraz przedstawia im niezbędne wyjaśnienia i dokumenty potwierdzające. Po otrzymaniu informacji od wydawcy reklam politycznych i jeżeli koordynator ds. usług cyfrowych uzna, że istnieją uzasadnione powody, by wszcząć dochodzenie, status zaufanego podmiotu sygnalizującego zawiesza się na czas trwania tego dochodzenia, które należy przeprowadzić bez zbędnej zwłoki.

6. Właściwy organ krajowy, który przyznał danemu podmiotowi status zaufanego podmiotu sygnalizującego, cofa taki status, jeżeli w wyniku dochodzenia wszczętego z własnej inicjatywy albo na podstawie informacji otrzymanych od osób trzecich, w tym informacji udzielonych przez wydawcę reklam politycznych zgodnie z ust. 5, ustali, że dany podmiot nie spełnia już warunków określonych w ust. 2. Przed cofnięciem tego statusu koordynator ds. usług cyfrowych lub właściwy organ

	krajowy umożliwiają temu podmiotowi przedstawienie uwag do wyników dochodzenia i zamiaru cofnięcia mu statusu zaufanego podmiotu sygnalizującego.
	7. Po zasięgnięciu opinii Europejskiej Rady ds. Usług Cyfrowych Komisja może w razie potrzeby wydać wytyczne, by pomóc wydawcom reklam politycznych i właściwym organom krajowym w stosowaniu ust. 5 i 6.

Poprawka 109
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 10 – ustęp 1 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
1. 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.	1. 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. Informacje są przekazywane w formie umożliwiającej odczyt maszynowy.

Poprawka 110
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 10 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję	*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.	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 ***kolejnych pięciu*** dni roboczych.

Poprawka 111
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 1 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
1. 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.	1. Dostawcy usług reklamy politycznej przyjmują odpowiednie środki w celu przekazania informacji, o których mowa w art. 6, zainteresowanym podmiotom na ich wniosek***, w formie przyjaznej dla użytkownika, jak najszybciej, a nie później niż przed upływem dwóch miesięcy od otrzymania wniosku,*** i bez pobierania opłat.

Poprawka 112
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 1 – akapit

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 113
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 2 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
2. Zainteresowane podmioty występujące z wnioskiem o przekazanie informacji na podstawie ust. 1 są podmiotami niezależnymi z punktu widzenia interesu handlowego i należą do jednej lub kilku z następujących kategorii:	2. Zainteresowane podmioty ***mające siedzibę w Unii i*** występujące z wnioskiem o przekazanie informacji na podstawie ust. 1 są podmiotami niezależnymi z punktu widzenia interesu handlowego i należą do jednej lub kilku z następujących kategorii:

Poprawka 114
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 2 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) członkowie organizacji społeczeństwa obywatelskiego, której cele statutowe to ochrona i promowanie interesu publicznego ***z upoważnienia na mocy prawa krajowego lub unijnego***;	b) członkowie organizacji społeczeństwa obywatelskiego, której cele statutowe to ochrona i promowanie interesu publicznego;

Poprawka 115
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 2 – litera d a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	da) dziennikarze.

Poprawka 116
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 117
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
3. Po otrzymaniu wniosku od zainteresowanego podmiotu dostawca usług ***dokłada wszelkich starań, aby*** w ciągu ***jednego miesiąca dostarczyć*** żądane informacje lub uzasadnioną	3. Po otrzymaniu wniosku od zainteresowanego podmiotu dostawca usług w ciągu ***dwóch tygodni dostarcza*** żądane informacje lub uzasadnioną

odpowiedź zgodnie z ust. 5.	odpowiedź zgodnie z ust. 5.

Poprawka 118
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	5. Jeżeli wnioski na podstawie ust. 1 są w sposób oczywisty nieuzasadnione, niejasne lub nadmiernie obciążające, szczególnie jeśli brak im klarowności, dostawca usług może odmówić ***przyjęcia wniosku***. W takim przypadku odpowiedni dostawca usług przesyła zainteresowanemu podmiotowi składającemu wniosek odpowiedź wraz z uzasadnieniem ***oraz informacją o możliwościach zaskarżenia***.

Poprawka 119
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 7

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

Poprawka 120
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Rozdział III – tytuł

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
TARGETOWANIE I ***AMPLIFIKACJA*** REKLAMY POLITYCZNEJ	TARGETOWANIE I ***DOSTARCZANIE USŁUG*** REKLAMY POLITYCZNEJ

Poprawka 121
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł -12 (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Artykuł -12
	Zakaz technik targetowania i dostarczania reklam obejmujących przetwarzanie szczególnych kategorii danych osobowych
	Zakazane są techniki targetowania lub dostarczania reklam, które wiążą się – w związku z prowadzeniem działalności w zakresie reklamy politycznej – 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 122
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – nagłówek

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
Szczególne wymogi dotyczące targetowania i ***amplifikacji***	Szczególne wymogi dotyczące ***przetwarzania danych osobowych na potrzeby technik*** targetowania i ***dostarczania reklam***

Poprawka 123
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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***.	1. Techniki targetowania ***i dostarczania reklam***, które 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 124
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	1a. Techniki dostarczania reklam, o których mowa w niniejszym artykule, wyznaczają odbiorców z grupy docelowej bez dalszego przetwarzania danych osobowych, wyłącznie na podstawie wyboru losowego.

Poprawka 125
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*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 one 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 126
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	1c. Techniki targetowania i dostarczania reklam, które wiążą się z przetwarzaniem danych osobowych, ogranicza się do danych osobowych jednoznacznie przekazanych przez osobę, której dane dotyczą, za jej zgodą, jak zdefiniowano 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 urządzenia, w tym dostarczonych treści, nie uznaje się za przekazane dane osobowe, dlatego dostawca nie wykorzystuje ich do targetowania i dostarczania reklamy politycznej.

Zwracając się do osoby, której dane dotyczą, o zgodę, administrator danych informuje, że przekazane dane osobowe mogą być przetwarzane wyłącznie na potrzeby prezentowania tej osobie reklamy politycznej. Odmowa wyrażenia zgody nie może być bardziej skomplikowana ani bardziej czasochłonna dla osoby, której dane dotyczą, 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 127
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, jak zdefiniowano 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 128
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, do ich członków i byłych członków oraz 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 129
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 lit. a) i d) rozporządzenia (UE) 2016/679 oraz w art. 10 ust. 2 lit. a) i d) rozporządzenia (UE) 2018/1725.	***skreśla się***

Poprawka 130
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 3 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
3. Stosując techniki targetowania ***lub amplifikacji*** w kontekście ***działalności w zakresie*** reklamy politycznej	3. Stosując techniki targetowania w kontekście ***usług*** reklamy politycznej obejmującej przetwarzanie danych

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:

osobowych, administratorzy, oprócz wymogów określonych w rozporządzeniu (UE) 2016/679 i rozporządzeniu (UE) 2018/1725, stosownie do przypadku, przestrzegają następujących wymogów:

Poprawka 131
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 3 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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;	a) przyjęcie i wdrożenie polityki opisującej jasno i prostym językiem wykorzystanie tych technik w celu kierowania reklam do konkretnych osób fizycznych lub ***dostarczania*** treści oraz przechowywanie takiej polityki przez okres ***10*** lat; ***ta polityka wewnętrzna jest publicznie dostępna;***

Poprawka 132
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 3 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) prowadzenie dokumentacji dotyczącej ***stosowania*** targetowania ***lub amplifikacji, stosowanych mechanizmów, technik i parametrów*** oraz źródła (źródeł) wykorzystanych danych osobowych;	b) prowadzenie dokumentacji dotyczącej ***stosowanych technik i parametrów*** targetowania ***i dostarczania reklam*** oraz źródła (źródeł) wykorzystanych danych osobowych;

Poprawka 133
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 3 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
c) dostarczanie, wraz z reklamą polityczną, dodatkowych informacji koniecznych do tego, by zainteresowana osoba mogła zrozumieć zastosowaną	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***.***	logikę i główne parametry wykorzystanej techniki, a także dodatkowe techniki analityczne***;*** informacje te obejmują elementy określone w załączniku II***;***

Poprawka 134
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 3 – litera c a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ca) corocznie sporządzanie 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 135
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	3a. Wydawca nie przetwarza – do celów świadczenia usług reklam politycznych – danych osobowych użytkowników końcowych, którzy korzystają ze świadczonych przez osoby trzecie usług wykorzystujących podstawowe usługi platformowe wydawcy.

Poprawka 136
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
4. Wydawcy reklamy politycznej korzystający z technik targetowania lub amplifikacji umieszczają w ogłoszeniu o przejrzystości wymaganym zgodnie z art. 7 informacje określone w ust. 3	***skreśla się***

lit. c) 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.

Poprawka 137
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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 wymaganym na podstawie art. 7 odniesienie do skutecznych środków wspierających osoby fizyczne w wykonywaniu praw przysługujących im na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679.	5. Wydawcy reklamy politycznej wykorzystujący techniki targetowania, o których mowa w ust. 3, zamieszczają w reklamie lub wraz z nią oraz w ogłoszeniu o przejrzystości wymaganym na podstawie art. 7 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 138
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 8

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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, które mają być przekazywane zgodnie z ust. 3 lit. c) niniejszego artykułu, w świetle rozwoju technologicznego	***skreśla się***

w zakresie odpowiednich badań naukowych oraz rozwoju w zakresie nadzoru prowadzonego przez właściwe organy i odpowiednich wytycznych wydawanych przez właściwe organy.

Poprawka 139
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 13 – nagłówek

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
Przekazywanie informacji dotyczących targetowania lub ***amplifikacji*** innym zainteresowanym podmiotom	Przekazywanie informacji dotyczących targetowania ***w internecie*** lub ***dostarczania reklam*** innym zainteresowanym podmiotom

Poprawka 140
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 14 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	1a. Państwa członkowskie prowadzą publicznie dostępne rejestry przedstawicieli prawnych zarejestrowanych na szczeblu krajowym na mocy niniejszego rozporządzenia. Komisja prowadzi publicznie dostępny rejestr przedstawicieli prawnych zarejestrowanych na szczeblu Unii na mocy niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 141
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 142
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 zdejmuje 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 143
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 144
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 podejrzewanym naruszeniem, w tym do organu ochrony danych właściwego dla miejsca prowadzenia działalności.

Poprawka 145
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	2a. Komisja ma wyłączne kompetencje do monitorowania przestrzegania obowiązków określonych w niniejszym rozporządzeniu przez bardzo duże platformy internetowe i bardzo duże wyszukiwarki internetowe w rozumieniu art. 33 rozporządzenia (UE) 2022/2065, z wyjątkiem art. -12 i 12 niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 146
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	3. Każde państwo członkowskie wyznacza co najmniej jeden właściwy organ odpowiedzialny za ***staranne, obiektywne, konsekwentne i jednolite*** 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

interwencji lub nacisków politycznych. Przy zachowaniu pełnej niezależności skutecznie monitoruje i stosuje niezbędne i proporcjonalne środki, aby zapewnić przestrzeganie niniejszego rozporządzenia.	sektora, jak i od ***rządów poszczególnych państw członkowskich oraz 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 147
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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***.***	4. ***Europejska Rada Ochrony Danych, Komisja oraz*** właściwe organy ***krajowe***, o których mowa w ust. 3, wykonując swoje zadania nadzorcze w związku z niniejszym rozporządzeniem, ***mają następujące uprawnienia w celu wykonania ich*** zadań nadzorczych***:***

Poprawka 148
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4 – litera a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	a) prawo do prowadzenia dochodzeń w sprawie stosowania niniejszego rozporządzenia, w tym na podstawie informacji otrzymanych od innego organu nadzorczego lub innego organu publicznego;

Poprawka 149
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4 – litera b (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	b) prawo do zwrócenia się o

przedstawienie bez zbędnej zwłoki danych i informacji, do podmiotów politycznych, dostawców usług reklamy politycznej, sponsorów i wydawców takiej reklamy oraz wszelkich innych osób, które w związku z wykonywaną działalnością zawodową mogą w rozsądnych granicach mieć wiedzę o podejrzewanym naruszeniu niniejszego rozporządzenia;

Poprawka 150
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4 – litera c (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	c) prawo do zwrócenia się do dowolnego pracownika lub przedstawiciela dostawców usług reklamy politycznej, sponsorów lub wydawców takiej reklamy, lub do osób, o których mowa w lit. b), o wydanie oświadczenia lub przedstawienie wyjaśnienia wszelkich informacji dotyczących podejrzewanego naruszenia;

Poprawka 151
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4 – litera d (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	d) prawo do zwrócenia się do dowolnej osoby prowadzącej działalność w zakresie reklamy politycznej o skorzystanie z jej wiedzy fachowej w sprawie podejrzewanego naruszenia;

Poprawka 152
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4 – litera e (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	e) prawo do rozpatrywania skarg

	złożonych przez osobę, której dane dotyczą, lub przez organ, organizację lub zrzeszenie oraz do zbadania przedmiotu skargi w odpowiednim zakresie;

Poprawka 153
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4 – litera f (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	f) prawo do nałożenia administracyjnej kary pieniężnej zgodnie z art. 16.

Poprawka 154
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 4 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	4a. Decyzje Europejskiej Rady Ochrony Danych, Komisji i właściwych organów krajowych, o których mowa w ust. 3, podlegają kontroli sądowej zgodnie z prawem Unii i prawem krajowym.

Poprawka 155
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 5 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
5. Przy wykonywaniu uprawnień do egzekwowania przepisów w odniesieniu do niniejszego rozporządzenia właściwe organy***, o których mowa w ust. 3,*** są uprawnione do:	5. Przy wykonywaniu uprawnień do egzekwowania przepisów w odniesieniu do niniejszego rozporządzenia właściwe organy są uprawnione do:

Poprawka 156
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 5 – litera b a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ba) wydawania wytycznych dotyczących zgodności z przepisami w odpowiedzi na wnioski wydawców reklamy politycznej zgodnie z art. 9;

Poprawka 157
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 5 – litera c a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	ca) nakładania okresowych administracyjnych kar pieniężnych i kar finansowych.

Poprawka 158
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 ***i organami nadzorczymi***, 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 159
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 9 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	9a. Na zakończenie każdych wyborów lub referendum właściwe organy państw członkowskich sporządzają sprawozdania dotyczące zgodności działań dostawców usług świadczących usługi reklamy politycznej w Unii z obowiązującym prawem, w tym z niniejszym rozporządzeniem, a także z zasadami ochrony danych osobowych, przy stosowaniu technik targetowania do określonych odbiorców lub amplifikacji wpływu materiału stanowiącego reklamę polityczną. Sprawozdania te przekazuje się Komisji oraz – w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego – Parlamentowi Europejskiemu.

Poprawka 160
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, 4,*** 5–11, 13 i 14 państwa członkowskie ***i Komisja*** ustanawiają przepisy dotyczące sankcji, w tym administracyjnych kar pieniężnych i kar finansowych ***oraz procedur sprostowań***, 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.

Poprawka 161
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 16 – ustęp 4

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

Poprawka 162
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 16 – ustęp 6

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
6. Za naruszenia obowiązków określonych w art. 12 organy nadzorcze, 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.	6. W razie naruszenia obowiązków określonych w art. ***-12 i*** 12 organy 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 163
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 164
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 administracyjne kary pieniężne zgodnie z art. 66 rozporządzenia (UE) 2018/1725 do wysokości, o której mowa w art. 66 ust. 3 tego rozporządzenia.	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 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 165
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 166
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 13, po konsultacji z właściwymi organami i innymi odpowiednimi zainteresowanymi stronami.

Poprawka 167
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 18 – akapit 1

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	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 ***i przedstawiane w Parlamencie Europejskim.***

Poprawka 168
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 18 – akapit 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	Do ... [trzy lata po wejściu w życie niniejszego rozporządzenia], a następnie co trzy lata Komisja przedkłada sprawozdanie na temat skutków niniejszego rozporządzenia dla zainteresowanych stron, zwłaszcza dla społeczeństwa obywatelskiego, na podstawie szerokich konsultacji z odpowiednimi zainteresowanymi stronami.

Poprawka 169
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 19 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
2. Uprawnienia do przyjmowania aktów delegowanych, o których mowa w art. 7 ust. 8 ***i*** art. 12 ust. 8, powierza się Komisji na okres [do czasu dokonania oceny stosowania niniejszego rozporządzenia, czyli dwa lata po najbliższych wyborach do Parlamentu Europejskiego].	2. Uprawnienia do przyjmowania aktów delegowanych, o których mowa w art. 7 ust. 8***,*** art. 12 ust. 8 ***i art. 16 ust. 7b***, powierza się Komisji na okres [do czasu dokonania oceny stosowania niniejszego rozporządzenia, czyli dwa lata po najbliższych wyborach do Parlamentu Europejskiego].

Poprawka 170
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 19 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	3. Przekazanie uprawnień, o którym mowa w art. 7 ust. 8***,*** art. 12 ust. 8 ***i art. 16 ust. 7b*** 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 171
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 19 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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	5. Akt delegowany przyjęty na podstawie art. 7 ust. 8***,*** art. 12 ust. 8 ***lub art. 16 ust. 7b*** wchodzi w życie tylko wówczas, gdy ani Parlament Europejski,

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.	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 172
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera a

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
a) ***Jeżeli ogłoszenie nie znajduje się w samej reklamie,*** przykład/prezentacja reklamy politycznej lub link do niej.	a) Przykład/prezentacja reklamy politycznej lub link do niej.

Poprawka 173
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera b

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

Poprawka 174
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.

Poprawka 175
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera e

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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;	e) 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 176
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera h

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
h) ***W przypadku gdy wydawcą jest bardzo duża platforma internetowa,*** link do lokalizacji reklamy w ***repozytorium reklam wydawcy***.	h) Link do lokalizacji reklamy w ***europejskiej bibliotece reklam politycznych***.

Poprawka 177
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik II – podtytuł 1

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
Informacje, które należy przekazać na podstawie art. 12 ust. 3	***skreśla się***

Poprawka 178
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik II – litera a

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	***skreśla się***

Poprawka 179
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik II – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) Okres rozpowszechniania, liczba osób, wśród których rozpowszechniana jest reklama, oraz wskazówki dotyczące wielkości grupy docelowej w obrębie danego elektoratu.	***skreśla się***

Poprawka 180
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik II – litera c

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
c) Źródło danych osobowych, o których mowa w lit. a), w tym, w stosownych przypadkach, informacje o tym, że dane osobowe uzyskano, wywnioskowano lub otrzymano od strony trzeciej oraz jej tożsamość, a także link do powiadomienia o ochronie danych tej strony trzeciej w odniesieniu do przedmiotowego przetwarzania.	***skreśla się***

Poprawka 181
Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik II – litera d

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	***skreśla się***

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	LIBE 13.12.2021
Zaangażowane komisje – Data ogłoszenia na posiedzeniu	5.5.2022
Sprawozdawca komisji opiniodawczej: Data powołania	Anna Júlia Donáth 13.7.2022
Rozpatrzenie w komisji	13.7.2022 5.9.2022
Data przyjęcia	1.12.2022
Wynik głosowania końcowego	+: 43 –: 9 0: 8
Posłowie obecni podczas głosowania końcowego	Abir Al-Sahlani, Konstantinos Arvanitis, Malik Azmani, Katarina Barley, Pietro Bartolo, Vladimír Bilčík, Karolin Braunsberger-Reinhold, Patrick Breyer, Saskia Bricmont, Joachim Stanisław Brudziński, Patricia Chagnon, Caterina Chinnici, Clare Daly, Lucia Ďuriš Nicholsonová, Cornelia Ernst, Laura Ferrara, Nicolaus Fest, Sylvie Guillaume, Andrzej Halicki, Evin Incir, Sophia in ‘t Veld, Patryk Jaki, Marina Kaljurand, Alice Kuhnke, Jeroen Lenaers, Juan Fernando López Aguilar, Erik Marquardt, Nadine Morano, Javier Moreno Sánchez, Theresa Muigg, Maite Pagazaurtundúa, Paulo Rangel, Isabel Santos, Birgit Sippel, Vincenzo Sofo, Ramona Strugariu, Yana Toom, Milan Uhrík, Tom Vandendriessche, Jadwiga Wiśniewska, Javier Zarzalejos
Zastępcy obecni podczas głosowania końcowego	Daniel Freund, Alessandra Mussolini, Róża Thun und Hohenstein, Romana Tomc, Dragoş Tudorache, Tom Vandenkendelaere, Loránt Vincze
Zastępcy (art. 209 ust. 7) obecni podczas głosowania końcowego	Pablo Arias Echeverría, Jarosław Duda, Emmanouil Fragkos, Krzysztof Hetman, Eva Kaili, Ska Keller, Alessandra Moretti, Ljudmila Novak, Andrey Novakov, Christine Schneider, Annie Schreijer-Pierik, Marc Tarabella

GŁOSOWANIE KOŃCOWE W FORMIE GŁOSOWANIA IMIENNEGO W KOMISJI OPINIODAWCZEJ

43	+
PPE	Pablo Arias Echeverría, Vladimír Bilčík, Karolin Braunsberger-Reinhold, Jarosław Duda, Andrzej Halicki, Krzysztof Hetman, Jeroen Lenaers, Nadine Morano, Alessandra Mussolini, Ljudmila Novak, Andrey Novakov, Paulo Rangel, Christine Schneider, Annie Schreijer-Pierik, Romana Tomc, Tom Vandenkendelaere, Loránt Vincze, Javier Zarzalejos
RENEW	Abir Al-Sahlani, Malik Azmani, Lucia Ďuriš Nicholsonová, Sophia in 't Veld, Maite Pagazaurtundúa, Ramona Strugariu, Róża Thun und Hohenstein, Yana Toom, Dragoş Tudorache
S&D	Katarina Barley, Pietro Bartolo, Caterina Chinnici, Sylvie Guillaume, Evin Incir, Eva Kaili, Marina Kaljurand, Juan Fernando López Aguilar, Javier Moreno Sánchez, Alessandra Moretti, Theresa Muigg, Isabel Santos, Birgit Sippel, Marc Tarabella
THE LEFT	Konstantinos Arvanitis, Cornelia Ernst

9	-
ECR	Joachim Stanisław Brudziński, Emmanouil Fragkos, Patryk Jaki, Vincenzo Sofo, Jadwiga Wiśniewska
ID	Patricia Chagnon, Nicolaus Fest, Tom Vandendriessche
NI	Milan Uhrík

8	0
NI	Laura Ferrara
THE LEFT	Clare Daly
VERTS/ALE	Patrick Breyer, Saskia Bricmont, Daniel Freund, Ska Keller, Alice Kuhnke, Erik Marquardt

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