



2025/1410

16.7.2025

ROZPORZĄDZENIE WYKONAWCZE KOMISJI (UE) 2025/1410

z dnia 9 lipca 2025 r.

w sprawie formatu, wzoru i specyfikacji technicznych oznakowań oraz ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych zgodnie z art. 11 i 12 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/900

(Tekst mający znaczenie dla EOG)

KOMISJA EUROPEJSKA,

uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej,

uwzględniając rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/900 z dnia 13 marca 2024 r. w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej ⁽¹⁾, w szczególności jego art. 11 ust. 4 i art. 12 ust. 7,

a także mając na uwadze, co następuje:

- (1) W rozporządzeniu (UE) 2024/900 ustanowiono zharmonizowane przepisy dotyczące reklamy politycznej i usług powiązanych oraz stosowania technik targetowania i dostarczania reklamy, które wiążą się z przetwarzaniem danych osobowych w kontekście reklamy politycznej online. Jak wspomniano w motywie 2 rozporządzenia (UE) 2024/900, reklama polityczna może być rozpowszechniana lub publikowana za pośrednictwem tradycyjnych mediów offline, takich jak gazety, telewizja i radio, a także w coraz większym stopniu za pośrednictwem platform internetowych, stron internetowych, aplikacji mobilnych, gier komputerowych i innych interfejsów cyfrowych.
- (2) W art. 11 ust. 4 i art. 12 ust. 7 rozporządzenia (UE) 2024/900 nałożono na Komisję wymóg przyjęcia aktów wykonawczych ustanawiających odpowiednio format i wzór oznakowań, o których mowa w art. 11 ust. 3 tego rozporządzenia, oraz format i specyfikacje techniczne ogłoszeń o przejrzystości, o których mowa w art. 11 ust. 1 lit. e) i art. 12 tego rozporządzenia.
- (3) Art. 11 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2024/900 nakłada na wydawców reklamy politycznej wymóg zapewnienia, aby każdy polityczny materiał reklamowy był udostępniany wraz z następującymi informacjami, podanymi w sposób jasny, wyraźny i jednoznaczny: a) oświadczenie, że jest to polityczny materiał reklamowy; b) tożsamość sponsora i, w stosownych przypadkach, podmiotu, który ostatecznie kontroluje sponsora; c) w stosownych przypadkach, wybory, referenda, procedury legislacyjne lub regulacyjne, z którymi związany jest polityczny materiał reklamowy; d) w stosownych przypadkach, oświadczenie, że w danym politycznym materiale reklamowym zastosowano techniki targetowania lub dostarczania reklamy; oraz e) ogłoszenie o przejrzystości zawierające informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 tego rozporządzenia, lub wyraźne wskazanie miejsca, w którym można je łatwo i bezpośrednio uzyskać. Na podstawie art. 11 ust. 2 rozporządzenia (UE) 2024/900 wydawcy reklamy politycznej są również zobowiązani do zapewnienia kompletności informacji wymienionych w ust. 1 tego artykułu oraz poprawności informacji o tym, gdzie można pobrać ogłoszenie o przejrzystości.
- (4) Zgodnie z art. 11 ust. 3 rozporządzenia (UE) 2024/900 informacje, o których mowa w art. 11 ust. 1 tego rozporządzenia, udostępnia się w formie oznakowania zawartego w politycznym materiale reklamowym i dostosowanego do użytego środka przekazu tego politycznego materiału reklamowego. Zgodnie z art. 11 ust. 3 akapit drugi rozporządzenia (UE) 2024/900 takie oznakowania mają być widoczne, mają umożliwiać osobom fizycznym łatwą identyfikację politycznego materiału reklamowego jako takiego i nie można ich usuwać w przypadku dalszego rozpowszechniania tego politycznego materiału reklamowego.

⁽¹⁾ Dz.U. L, 2024/900, 20.3.2024, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj>.

- (5) W art. 11 ust. 1 lit. e) rozporządzenia (UE) 2024/900 zobowiązano wydawców reklamy politycznej do zapewnienia, aby każdy polityczny materiał reklamowy był udostępniany wraz z ogłoszeniem o przejrzystości zawierającym informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 tego rozporządzenia, lub z wyraźnym wskazaniem miejsca, w którym takie ogłoszenie o przejrzystości można łatwo i bezpośrednio uzyskać. Zgodnie z art. 12 ust. 3 rozporządzenia (UE) 2024/900 ogłoszenia o przejrzystości należy umieszczać w każdym politycznym materiale reklamowym lub mają być one łatwe do odnalezienia podczas całego okresu publikacji danego politycznego materiału reklamowego. Ogłoszenia o przejrzystości mają też być aktualizowane przez cały okres publikacji politycznego materiału reklamowego, przedstawiane w łatwo dostępnym formacie, a jeżeli polityczny materiał reklamowy jest udostępniany w formie elektronicznej – w formacie nadającym się do odczytu maszynowego, oraz muszą być napisane w języku politycznego materiału reklamowego.
- (6) Jak podkreślono w motywie 87 rozporządzenia (UE) 2024/900, informacje, które mają być przekazywane na temat stosowania technik targetowania i technik dostarczania reklamy, powinny być przedstawiane w formie, która jest łatwo dostępna, wyraźnie widoczna i przyjazna dla użytkownika, w tym przez użycie prostego języka, a także odpowiednia dla osób z niepełnosprawnościami.
- (7) Ponadto w art. 12 ust. 4 rozporządzenia (UE) 2024/900 zobowiązano wydawców reklamy politycznej do przechowywania swoich ogłoszeń o przejrzystości wraz ze wszystkimi zmianami wprowadzonymi do tych ogłoszeń przez okres siedmiu lat od ostatniej publikacji danego politycznego materiału reklamowego.
- (8) Ponadto art. 11 ust. 5 rozporządzenia (UE) 2024/900 stanowi, że państwa członkowskie, w tym właściwe organy, oraz Komisja zachęcają do sporządzania dobrowolnych kodeksów postępowania, które mają przyczynić się do właściwego oznaczania politycznych materiałów reklamowych.
- (9) Należy ustanowić format i wzór oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości oraz zapewnić, aby były one dostosowane do środka przekazu użytego przez polityczne materiały reklamowe. Należy określić ogólne wymogi dotyczące oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych offline i online, tak aby obejmowały szeroki zakres fizycznych i cyfrowych form publikacji, w tym, w stosownych przypadkach, towary promocyjne. Dodatkowe wymogi powinny dotyczyć specyfiki telewizji linearnych i nielinearnych audiowizualnych usług medialnych oraz linearnych i nielinearnych usług radiowych, a także odrębnego formatu mediów drukowanych, takich jak gazety, czasopisma, broszury, broszurki, ulotki lub plakaty, a także szczególnych cech mediów cyfrowych, w tym platform internetowych, stron internetowych, aplikacji mobilnych i gier komputerowych.
- (10) Do prezentowania oznakowań i zapewnienia, by obywatele łatwo rozpoznawali polityczne materiały reklamowe online bez interakcji z samym politycznym materiałem reklamowym, najlepiej można wykorzystać elementy interfejsu użytkownika ułatwiające nawigację i wyświetlanie informacji w środkach przekazu online, takie jak miniatury, ikony, wyświetlacze wbudowane, wyskakujące okna lub nakładane wiadomości w aplikacji.
- (11) Ważne jest ustanowienie specyfikacji technicznych dla ogłoszeń o przejrzystości udostępnianych online. Te specyfikacje techniczne powinny pozostawać bez uszczerbku dla wymogów technicznych dotyczących przekazywania informacji do europejskiego repozytorium politycznych materiałów reklamowych online, co jest konieczne dla wydawców reklamy politycznej do wypełnienia obowiązków wynikających z art. 13 ust. 2 i 4 rozporządzenia (UE) 2024/900.
- (12) Aby zapewnić dostępność dla osób z niepełnosprawnościami, przy publikacji ogłoszeń o przejrzystości należy uwzględnić odpowiednie wymogi dostępności określone w załączniku I do dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/882 ⁽³⁾, takie jak wymogi określone w sekcji III tego załącznika.
- (13) Niniejsze rozporządzenie uwzględnia szczególne potrzeby mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw, zgodnie z zasadą proporcjonalności.

⁽³⁾ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/882 z dnia 17 kwietnia 2019 r. w sprawie wymogów dostępności produktów i usług (Dz.U. L 151 z 7.6.2019, s. 70, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj>).

- (14) Zgodnie z art. 42 ust. 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1725 ⁽³⁾ skonsultowano się z Europejskim Inspektorem Ochrony Danych, który wydał opinię w dniu 17 czerwca 2025 r.
- (15) Środki przewidziane w niniejszym rozporządzeniu są zgodne z opinią komitetu, o którym mowa w art. 29 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2024/900,

PRZYJMUJE NINIEJSZE ROZPORZĄDZENIE:

Artykuł 1

1. Oznakowania, o których mowa w art. 11 rozporządzenia (UE) 2024/900, muszą być zgodne z załącznikami I i II do niniejszego rozporządzenia.
2. Ogłoszenia o przejrzystości, o których mowa w art. 12 rozporządzenia (UE) 2024/900, muszą być zgodne z załącznikami I, II i III do niniejszego rozporządzenia.

Artykuł 2

Niniejsze rozporządzenie wchodzi w życie dwudziestego dnia po jego opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Niniejsze rozporządzenie stosuje się od dnia 10 października 2025 r.

Niniejsze rozporządzenie wiąże w całości i jest bezpośrednio stosowane we wszystkich państwach członkowskich.

Sporządzono w Brukseli dnia 9 lipca 2025 r.

W imieniu Komisji
Przewodnicząca
Ursula VON DER LEYEN

⁽³⁾ 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, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj>).

ZAŁĄCZNIK I

Format oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości**1. Wymogi ogólne**

1. W niniejszej sekcji określono wspólne wymogi dotyczące oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych, mające zastosowanie do wszystkich form i środków publikacji, rozpowszechniania i dostarczania politycznych materiałów reklamowych.
2. Oznakowanie musi być zamieszczone w politycznym materiale reklamowym, umieszczone na nim lub z nim powiązane w sposób jasny, wyraźny i jednoznaczny, aby odpowiednio przekazać czytelnikowi, widzowi lub słuchaczowi informacje określone w załączniku II do niniejszego rozporządzenia.
3. Oznakowanie nie jest jasne, wyraźne ani jednoznaczne, jeżeli jest dla przeciętnej osoby trudne do przeczytania, zobaczenia lub usłyszenia lub jeżeli łatwo jest je przeoczyć, między innymi dlatego, że nie odróżnia się wyraźnie od politycznego materiału reklamowego, lub ze względu na konfigurację środka przekazu publikacji lub rozpowszechniania.
4. Wizualne oznakowania i ogłoszenia o przejrzystości muszą być czytelne, zapisane czcionką o odpowiednim rozmiarze i właściwym kształcie, z dostosowaniem do środka przekazu publikacji i przy użyciu wystarczającego kontrastu oraz odpowiedniego odstępu między literami, wierszami i akapitami.
5. Oznakowania dźwiękowe muszą być jasno i wyraźnie wymawiane tonem formalnym. Oznakowaniom dźwiękowym nie mogą towarzyszyć żadne inne dźwięki w tle.
6. Jeżeli link do strony internetowej, kod QR lub równoważne przyjazne dla użytkownika środki techniczne są wykorzystywane do podania odniesienia do miejsca, w którym można pobrać ogłoszenie o przejrzystości, muszą one prowadzić bezpośrednio do ogłoszenia o przejrzystości.
7. Kody QR muszą mieć wysoki kontrast w stosunku do koloru tła oznakowań oraz rozmiar umożliwiający łatwe odczytanie przez powszechnie dostępne czytniki kodów QR, takie jak czytniki zintegrowane w przenośnych urządzeniach komunikacyjnych.

2. Szczególne wymogi dotyczące telewizji i radia

1. Niniejsza sekcja ma zastosowanie do oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych udostępnianych za pośrednictwem audiowizualnych usług medialnych w rozumieniu art. 1 ust. 1 lit. a) ppkt (i) dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE⁽¹⁾, a także za pośrednictwem linearnych i nielinearnych usług radiowych.
2. Oznakowania wizualne są wyświetlane przez cały czas trwania politycznego materiału reklamowego. Ewentualnie oznakowania wizualne mogą być wyświetlane na całym ekranie na początku lub na końcu politycznego materiału reklamowego, jeżeli:
 - a) są widoczne przez co najmniej 3 sekundy oraz
 - b) oświadczenie informujące, że reklama jest politycznym materiałem reklamowym, i podające nazwę sponsora i link do ogłoszenia o przejrzystości jest widoczne w sposób jasny, wyraźny i jednoznaczny przez cały czas trwania politycznego materiału reklamowego.
3. Oznakowanie można przedstawić w łączonym formacie wizualnym i dźwiękowym z wykorzystaniem, w stosownych przypadkach, wzorów określonych w załączniku II pkt 1 i 2, pod warunkiem że zachowano zgodność z pkt 2 lit. b).

⁽¹⁾ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) (Dz.U. L 95 z 15.4.2010, s. 1, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj>).

4. Oznakowania dźwiękowe muszą być ogłoszone na początku lub na końcu politycznego materiału reklamowego.

3. Szczególne wymogi dotyczące mediów drukowanych

1. Niniejsza sekcja ma zastosowanie do oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych udostępnianych w mediach drukowanych.
2. Oznakowanie jest co do zasady umieszczone w jednej drukowanej ramce.
3. W przypadku gdy ogłoszenie o przejrzystości jest zawarte w tym samym materiale drukowanym co polityczny materiał reklamowy, musi być ono, co do zasady, umieszczone w jednej drukowanej ramce.
4. Oznakowanie i ogłoszenie o przejrzystości muszą wyraźnie kontrastować z tłem.

4. Szczególne wymogi dotyczące mediów cyfrowych

1. Niniejsza sekcja ma zastosowanie do oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych udostępnianych cyfrowo, z wyjątkiem audiowizualnych usług medialnych w rozumieniu art. 1 ust. 1 lit. a) ppkt (i) dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE oraz linearnych i nielinearnych usług radiowych.
2. W przypadku gdy polityczne materiały reklamowe są udostępniane w formacie wideo, oznakowania wizualne muszą być wyświetlane przez cały czas trwania politycznego materiału reklamowego. Ewentualnie oznakowania wizualne mogą być wyświetlane na całym ekranie na początku lub na końcu politycznego materiału reklamowego, jeżeli:
 - a) są widoczne przez co najmniej 3 sekundy oraz
 - b) oświadczenie informujące, że reklama jest politycznym materiałem reklamowym, i podające nazwę sponsora i link do ogłoszenia o przejrzystości jest widoczne w sposób jasny, wyraźny i jednoznaczny przez cały czas trwania politycznego materiału reklamowego.
3. Do przedstawienia oznakowania można wykorzystywać elementy interfejsu użytkownika ułatwiające nawigację online i wyświetlanie informacji, pod warunkiem że spełnione są wymogi zawarte w pkt 2 lit. b) bez podejmowania jakichkolwiek dodatkowych działań.
4. Oznakowania wizualne pokazywane lub przedstawiane zgodnie z pkt 3 mają postać ciemnego tekstu na jasnym tle.
5. W przypadku gdy polityczne materiały reklamowe są udostępniane w formacie dźwiękowym, oznakowanie można udostępnić w formacie dźwiękowym, jeżeli spełnia ono następujące wymogi:
 - a) jest słyszalne bez podejmowania jakichkolwiek dodatkowych działań,
 - b) jest ogłoszone na początku lub na końcu politycznego materiału reklamowego.
6. Oznakowanie można przedstawić w łączonym formacie wizualnym i dźwiękowym z wykorzystaniem, w stosownych przypadkach, wzorów określonych w załączniku II pkt 1 i 2, pod warunkiem że zachowano zgodność z pkt 2 lit. b).

ZAŁĄCZNIK II

Wzory oznakowań i ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych

1. Wzór oznakowań wizualnych¹**POLITYCZNY MATERIAŁ REKLAMOWY²**

(z zastosowaniem **targetowania** lub **dostarczania reklamy** w oparciu o DANE OSOBOWE)³

- Sponsorem jest [a) NAZWA HANDLOWA podmiotu prawnego albo b) IMIĘ i NAZWISKO osoby fizycznej]⁴
- (Sponsor jest kontrolowany przez [a) nazwa handlowa podmiotu prawnego albo b) imię i nazwisko osoby fizycznej])⁵
- (Materiał reklamowy jest powiązany z [tytuł i data wyborów] lub [nazwa inicjatywy ustawodawczej lub regulacyjnej])⁶

Więcej informacji na stronie [[link do strony internetowej](#)]⁷

Uwagi

1. Użycie prostokątnej czarnej ramki do obramowania informacji w oznakowaniu jest opcjonalne. Punktory można zastąpić innymi wyróżnikami elementów wykazu. Zachęca się do stosowania pogrubionego tekstu lub wielkich liter, w szczególności do stwierdzenia, że reklama jest politycznym materiałem reklamowym, informacji na temat stosowania targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o dane osobowe, nazwy sponsora i odniesienia do linku do strony internetowej.
2. Oświadczenie wskazujące, że reklama jest politycznym materiałem reklamowym, jest obowiązkowe. Można użyć podobnego sformułowania.
3. Podanie informacji na temat stosowania targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o dane osobowe jest obowiązkowe w stosownych przypadkach. Można użyć podobnego sformułowania.
4. Podanie informacji o nazwie sponsora jest obowiązkowe. Zamiast „sponsorem jest” można użyć podobnego sformułowania w celu wskazania osoby, na której wniosek lub w której imieniu polityczny materiał reklamowy jest publikowany, dostarczany lub rozpowszechniany. Kolejność imienia i nazwiska osoby fizycznej jest dowolna. Do informacji o nazwie sponsora można dołączyć logo polityczne sponsora, jak np. logo partii politycznej lub symbol wyborczy.
5. Podanie informacji o nazwie podmiotu kontrolującego sponsora jest obowiązkowe, jeżeli inny podmiot wywiera decydujący wpływ na skład, głosowanie lub decyzje organów sponsora.
6. Podanie informacji na temat powiązania politycznego materiału reklamowego z wyborami lub inicjatywą ustawodawczą lub regulacyjną jest obowiązkowe, jeżeli istnieje wyraźny i istotny związek z wyborami lub inicjatywą ustawodawczą lub regulacyjną. Tytuł wyborów można wskazać przez odniesienie do kategorii wybieranych władz (np. „wybory parlamentarne”) lub do określonego rodzaju wyborów (np. „referendum konstytucyjne”). Można podać skrócony tytuł inicjatywy ustawodawczej lub regulacyjnej.
7. Link do strony internetowej należy podać, jeżeli ogłoszenie o przejrzystości nie jest częścią oznakowania. Ewentualnie można wykorzystać kody QR lub równoważne przyjazne dla użytkownika środki techniczne do bezpośredniego pobrania ogłoszenia o przejrzystości. W przypadku gdy link do strony internetowej podaje się w oznakowaniu online, tekst linku musi być zapisany pogrubioną czcionką lub innym kolorem niż kolor pozostałego tekstu oznakowania oraz opisany jako „Ogłoszenie o przejrzystości”.

2. Wzór oznakowań dźwiękowych

„To jest polityczny materiał reklamowy¹, (w którym zastosowano techniki targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o dane osobowe²). Sponsorem jest [a) nazwa handlowa osoby prawnej albo b) imię i nazwisko osoby fizycznej]³. (Sponsor jest kontrolowany przez [a) nazwa handlowa podmiotu prawnego albo b) imię i nazwisko osoby fizycznej])⁴. (Materiał reklamowy jest powiązany z [tytuł i data wyborów] lub [nazwa inicjatywy])⁵. Więcej informacji na stronie [link do strony internetowej]⁶.”

Uwagi

1. Oświadczenie wskazujące, że reklama jest politycznym materiałem reklamowym, jest obowiązkowe.
2. Podanie informacji na temat stosowania targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o dane osobowe jest obowiązkowe w stosownych przypadkach. Można użyć podobnego sformułowania.
3. Podanie informacji o nazwie sponsora jest obowiązkowe. Zamiast „sponsorem jest” można użyć podobnego sformułowania w celu wskazania osoby, na której wniosek lub w której imieniu polityczny materiał reklamowy jest publikowany, dostarczany lub rozpowszechniany. Kolejność imienia i nazwiska osoby fizycznej jest dowolna.
4. Podanie informacji o nazwie podmiotu kontrolującego sponsora jest obowiązkowe, jeżeli inny podmiot wywiera decydujący wpływ na skład, głosowanie lub decyzje organów sponsora.
5. Podanie informacji na temat powiązania politycznego materiału reklamowego z wyborami lub inicjatywą ustawodawczą lub regulacyjną jest obowiązkowe, jeżeli istnieje wyraźny i istotny związek z wyborami lub inicjatywą ustawodawczą lub regulacyjną. Tytuł wyborów można wskazać przez odniesienie do kategorii wybieranych władz (np. „wybory parlamentarne”) lub do określonego rodzaju wyborów (np. „referendum konstytucyjne”). Można podać skrócony tytuł inicjatywy ustawodawczej lub regulacyjnej.
6. Link do strony internetowej powinien być krótki.

3. Wzór ogłoszeń o przejrzystości

OGŁOSZENIE O PRZEJRZYSTOŚCI

1. **Sponsor:** [a) NAZWA handlowa oraz NAZWA prawna, jeżeli jest inna niż nazwa handlowa, adres e-mail, adres pocztowy oraz siedziba, jeżeli siedziba nie pokrywa się z adresem pocztowym, oraz, w stosownych przypadkach, odpowiedni numer identyfikacyjny podmiotu prawnego lub organizacji kampanii politycznej nieposiadającej osobowości prawnej albo b) IMIĘ i NAZWISKO, adres e-mail oraz – w przypadku podania do wiadomości publicznej – adres pocztowy osoby fizycznej.]¹
2. **Podmiot ostatecznie kontrolujący sponsora:** [a) NAZWA handlowa oraz NAZWA prawna, jeżeli jest inna niż nazwa handlowa, adres e-mail, adres pocztowy oraz siedziba podmiotu prawnego, jeżeli siedziba nie pokrywa się z adresem pocztowym, albo b) IMIĘ i NAZWISKO, adres e-mail oraz – w przypadku podania do wiadomości publicznej – adres pocztowy osoby fizycznej.]²
3. **Podmiot płacący za polityczny materiał reklamowy:** [a) NAZWA handlowa oraz NAZWA prawna, jeżeli jest inna niż nazwa handlowa, adres e-mail, adres pocztowy oraz siedziba podmiotu prawnego, jeżeli siedziba nie pokrywa się z adresem pocztowym, albo b) IMIĘ i NAZWISKO, adres e-mail oraz – w przypadku podania do wiadomości publicznej – adres pocztowy osoby fizycznej.]³

4. **Okres, w którym polityczny materiał reklamowy ma być publikowany, dostarczany lub rozpowszechniany:** [Od daty rozpoczęcia do daty zakończenia.]⁴
5. **Łączne kwoty i łączna wartość innych korzyści otrzymanych przez dostawców usług reklamy politycznej za polityczny materiał reklamowy:** [Łączna kwota i waluta.]⁵
6. **Łączne kwoty i łączna wartość innych korzyści otrzymanych przez dostawców usług reklamy politycznej za kampanię reklamy politycznej:** [Łączna kwota i waluta.]⁶
7. **Informacje na temat pochodzenia kwot i innych korzyści otrzymanych przez dostawców usług reklamy politycznej:** [Publiczne lub prywatne oraz z UE lub spoza UE.]⁷
8. **Metodyka użyta do obliczenia łącznych kwot i łącznej wartości innych korzyści otrzymanych przez dostawców usług reklamy politycznej za polityczny materiał reklamowy oraz, w stosownych przypadkach, kampanię reklamy politycznej:** [W jaki sposób określono i zagregowano kwoty i świadczenia rzeczowe otrzymane przez poszczególnych usługodawców.]⁸
9. **Polityczny materiał reklamowy jest powiązany z:** [wyborami – tytuł, poziom i data] lub [inicjatywą – tytuł inicjatywy i poziom procedury legislacyjnej lub regulacyjnej.]⁹
10. [Link(i) do strony internetowej zawierającej oficjalne informacje na temat warunków udziału w wyborach lub referendum związanych z politycznym materiałem reklamowym.]¹⁰
11. [Linki do europejskiego repozytorium politycznych materiałów reklamowych online.]¹¹
12. **Jak zgłaszać polityczne materiały reklamowe, które mogą być niezgodne z przepisami:** [Informacje na temat mechanizmu zgłaszania potencjalnie niezgodnych z przepisami politycznych materiałów reklamowych, określonego w art. 15 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2024/900.]¹²
13. [Wcześniejsza publikacja politycznego materiału reklamowego lub jego wcześniejszej wersji została zawieszona lub zaniechana ze względu na naruszenie rozporządzenia (UE) 2024/900.]¹³

STOSOWANIE TECHNIK TARGETOWANIA lub DOSTARCZANIA REKLAMY

w oparciu o przetwarzanie danych osobowych

14. **[Polityczny materiał reklamowy podlegał technikom targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o wykorzystanie danych osobowych.]**¹⁴
15. **Informacje na temat zastosowanych technik targetowania lub dostarczania reklamy**¹⁵:
 - a) Zastosowane techniki analityczne: [krótki opis]
 - b) Konkretna grupa lub grupy docelowych odbiorców, w tym parametry wykorzystywane do określenia odbiorców, wśród których dany polityczny materiał reklamowy jest rozpowszechniany: [wykaz]
 - c) Kategorie danych osobowych wykorzystywanych do technik targetowania lub technik dostarczania reklam: [wykaz]
 - d) Cele targetowania, mechanizmy i logika, w tym parametry włączenia i wykluczenia, oraz powody, dla których wybrano te parametry: [krótki opis]
 - e) Informacje na temat wykorzystania systemów sztucznej inteligencji do targetowania lub dostarczania reklamy politycznej: [krótki opis]
 - f) Okres rozpowszechniania politycznego materiału reklamowego: [data rozpoczęcia i data zakończenia]

- g) Liczba odsłon politycznego materiału reklamowego: [całkowita liczba]
 - h) Liczba interakcji z politycznym materiałem reklamowym przez kliknięcia, polubienia i komentarze: [całkowita liczba]
 - i) Polityka wewnętrzna opisująca sposób stosowania technik targetowania i dostarczania reklamy: [link lub URL]
 - j) Inne istotne informacje: [krótki opis]
16. **Skuteczne środki wspierające osoby fizyczne w wykonywaniu ich praw do ochrony danych na mocy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679⁽¹⁾ (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), w tym prawa do zmiany danych osobowych i wycofania zgody na przetwarzanie danych osobowych do celów reklamy politycznej¹⁶:**
- a) Tożsamość i dane kontaktowe administratora(-ów): [a) NAZWA handlowa oraz NAZWA prawna, jeżeli jest inna niż nazwa handlowa, adres e-mail, adres pocztowy oraz siedziba podmiotu prawnego, jeżeli siedziba nie pokrywa się z adresem pocztowym, albo b) IMIĘ i NAZWISKO, adres e-mail oraz – w przypadku podania do wiadomości publicznej – adres pocztowy osoby fizycznej.]
 - b) Odniesienie do prawa do wycofania zgody na przetwarzanie danych osobowych do celów reklamy politycznej: [link do interfejsu administratora zapewniający łatwą i przyjazną dla użytkownika możliwość wycofania zgody na reklamę polityczną]
 - c) Link do interfejsu umożliwiającego wykonywanie praw na mocy rozporządzenia (UE) 2016/679: [link do strony internetowej]
 - d) Link do informacji przekazywanych na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679: [link do strony internetowej].

Uwagi

1. Informacje dotyczące siedziby i adresu pocztowego obejmują ulicę, numer, miasto, kod pocztowy i kraj. Odpowiedni numer identyfikacyjny odnosi się do numerów w rejestrach, przypisanych sponsorowi w kontekście wyborczym lub decyzyjnym, jak np. w przypadku partii politycznej zarejestrowanej do udziału w wyborach lub podmiotu zarejestrowanego jako przedstawiciel grupy interesu lub dostawca działań polegających na reprezentacji interesów.
2. Informacje należy podać tylko wówczas, gdy inny podmiot wywiera decydujący wpływ na skład, głosowanie lub decyzje organów sponsora.
3. Informacje należy podać tylko wówczas, gdy osoba fizyczna lub prawna, która zapewnia wynagrodzenie w zamian za polityczny materiał reklamowy, nie jest sponsorem ani podmiotem sprawującym ostateczną kontrolę nad sponsorem.
4. Datę początkową i końcową wyraża się jako dni kalendarzowe.
5. Łączna kwota obejmuje kwoty zafakturowane, ujęte w budżecie lub pobrane przez dostawców usług reklamy politycznej, w tym wydawcę, w zamian za usługi reklamy politycznej dotyczące danego politycznego materiału reklamowego. W stosownych przypadkach obejmuje również wartość pieniężną wszystkich innych świadczeń rzeczowych, jakie otrzymali lub mają otrzymać dostawcy usług reklamy politycznej, w tym wydawca, w zamian za usługi reklamy politycznej dotyczące danego politycznego materiału reklamowego.

⁽¹⁾ 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, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>).

6. Informacje należy podać w stosownych przypadkach. Łączna kwota obejmuje wszystkie kwoty zafakturowane, ujęte w budżecie lub pobrane przez dostawców usług reklamy politycznej, w tym wydawcę, za serię powiązanych politycznych materiałów reklamowych, które obejmują dany polityczny materiał reklamowy. W stosownych przypadkach obejmuje również wartość pieniężną wszystkich innych świadczeń rzeczowych, jakie otrzymali lub mają otrzymać dostawcy usług reklamy politycznej, w tym wydawca, za kampanię reklamy politycznej, która obejmuje dany polityczny materiał reklamowy.
7. Informacje należy podać w stosownych przypadkach.
8. Informacje wyjaśniające, czy całkowita kwota w pkt 5 oraz, w stosownych przypadkach, w pkt 6 odzwierciedla kwoty zafakturowane, ujęte w budżecie czy pobrane, oraz czy obejmuje podatek od wartości dodanej. W przypadku świadczeń rzeczowych należy wskazać zastosowaną(-e) metodę(-y) wyceny. W tym ostatnim przypadku można podać linki internetowe do istniejących norm.
9. Informacje należy podać tylko wówczas, gdy istnieje wyraźny i istotny związek z wyborami lub inicjatywą legislacyjną lub regulacyjną. Tytuł wyborów można wskazać przez odniesienie do kategorii wybieranych władz (np. „wybory parlamentarne”) lub do określonego rodzaju wyborów (np. „referendum konstytucyjne”). Można podać skrócony tytuł inicjatywy ustawodawczej lub regulacyjnej. Należy wskazać odpowiedni poziom przez odniesienie do poziomu unijnego, krajowego, regionalnego lub lokalnego, w tym przez wymienienie właściwych państw członkowskich lub terytoriów.
10. W przypadku gdy ogłoszenie o przejrzystości jest udostępniane online, link do strony internetowej należy opisać jako „Oficjalne informacje na temat warunków uczestnictwa w wyborach związanych z politycznym materiałem reklamowym”.
11. Informacje należy podać w przypadku ogłoszeń o przejrzystości towarzyszących politycznym materiałom reklamowym online publikowanym, dostarczającym lub rozpowszechnianym począwszy od daty utworzenia europejskiego repozytorium politycznych materiałów reklamowych online. W przypadku gdy ogłoszenie o przejrzystości jest udostępniane online, link do strony internetowej należy opisać jako „Link do europejskiego repozytorium politycznych materiałów reklamowych online”.
12. Informacje na temat mechanizmu zgłaszania potencjalnie niezgodnych z przepisami politycznych materiałów reklamowych można również podać jako link do strony internetowej. W przypadku gdy ogłoszenie o przejrzystości jest udostępniane online, link do strony internetowej należy opisać jako „Powiadomienie dotyczące potencjalnie niezgodnych z przepisami politycznych materiałów reklamowych”.
13. Informacje należy podać, jeżeli są istotne i w stosownych przypadkach.
14. Informacje należy podać wyłącznie w przypadku politycznych materiałów reklamowych online z zastosowaniem technik targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o przetwarzanie danych osobowych.
15. Informacje należy podać wyłącznie w przypadku politycznych materiałów reklamowych online z zastosowaniem technik targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o przetwarzanie danych osobowych. Jeżeli jest to technicznie wykonalne, należy podać zasięg politycznego materiału reklamowego wyrażony liczbą odsłon, kliknięć, polubień i komentarzy.
16. Informacje należy podać wyłącznie w przypadku politycznych materiałów reklamowych online z zastosowaniem technik targetowania lub dostarczania reklamy w oparciu o przetwarzanie danych osobowych. W stosownych przypadkach odniesienia do rozporządzenia (UE) 2016/679 zastępuje się odniesieniami do rozporządzenia (UE) 2018/1725.

ZAŁĄCZNIK III

Specyfikacje techniczne dotyczące ogłoszeń o przejrzystości

1. W przypadku gdy ogłoszenie o przejrzystości nie jest zawarte w oznakowaniu ani przedstawione zgodnie z pkt 3.3 załącznika I, należy je udostępnić online.
2. W stosownych przypadkach zgodnie z art. 12 ust. 3 akapit drugi rozporządzenia (UE) 2024/900 ogłoszenia o przejrzystości należy udostępniać w formacie nadającym się do odczytu maszynowego. Ogłoszenie o przejrzystości nadaje się do odczytu maszynowego, jeżeli jest dostarczone w formacie, który aplikacje mogą automatycznie przetwarzać, bez interwencji człowieka, takim jak JSON lub XML.
3. W stosownych przypadkach ogłoszenie o przejrzystości musi być zgodne z odpowiednimi wymogami dostępności określonymi w załączniku I do dyrektywy (UE) 2019/882.
4. Jeżeli jest to technicznie wykonalne, czcionki użyte w ogłoszeniu o przejrzystości muszą być czcionką sans-serif o wielkości co najmniej 12 pkt. Odstęp między wierszami w akapitach musi wynosić co najmniej półtora pojedynczego odstępu, zaś odstęp między akapitami musi być co najmniej 1,5 razy większy niż odstęp między wierszami.
5. Jeżeli jest to technicznie wykonalne, współczynnik kontrastu między elementami ogłoszenia o przejrzystości a jego tłem musi wynosić co najmniej 4,5:1.
6. Jeżeli jest to technicznie wykonalne, ogłoszenia o przejrzystości muszą mieć elastyczny układ, umożliwiający automatyczne dostosowanie do rozmiarów ekranu i interfejsów.
7. Jeżeli jest to technicznie wykonalne, ogłoszenia o przejrzystości należy udostępniać w formacie, który umożliwia zmianę skali do 200 % bez technologii wspomagającej i w sposób, który nie wymaga od użytkownika przewijania poziomego w celu odczytania wiersza tekstu na pełnym oknie ekranu.
8. Do uwypuklenia i uczynienia ogłoszenia o przejrzystości bardziej przyjaznym dla użytkownika można wykorzystywać efekty lub animacje.
9. Pkt 4–7 nie stosuje się do przedsiębiorstw kwalifikujących się jako mikroprzedsiębiorstwa lub małe lub średnie przedsiębiorstwa na podstawie art. 3 ust. 1, 2 i 3 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/34/UE⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/34/UE z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie rocznych sprawozdań finansowych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i powiązanych sprawozdań niektórych rodzajów jednostek, zmieniająca dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2006/43/WE oraz uchylająca dyrektywy Rady 78/660/EWG i 83/349/EWG (Dz.U. L 182 z 29.6.2013, s. 19, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj>).