

Godišnji pregled: digitalna pitanja, zelena tranzicija i zdravlje u fokusu legislativa u 2022. godini

Dragi članovi,

za početak godine šaljemo vam koristan pregled – sažetak postojećih i nadolazećih legislativa koje utječu na vaše poslovanje. U 2022. donositelji odluka planiraju završiti pregovore o novim zakonima za digitalne platforme. Očekuje se da će DSA i DMA – dvije vodeće digitalne inicijative EU-a – krenuti u fazu trijaloga. Zakon o umjetnoj inteligenciji i Zakon o podacima također će biti definirani u narednoj godini. Uredba o e-privatnosti vjerojatno će opet postati aktualna. Novi Kodeks o postupanju s dezinformacijama trebao bi biti dovršen i usvojen u prvom kvartalu. Parlament i Vijeće oglasit će se o Komisijinom nedavnom prijedlogu regulacije političkog oglašavanja. Prioritet Komisije ostaje zdravlje i zaštita djeca, što će se odraziti u novim legislativama za smanjenje konzumacije duhana te strožih pravila oglašavanja alkohola i HFSS hrane.

I. POLITIKE KOJE OSTAJU RELEVANTNE U 2022.

Digital Services Act: Zakon o digitalnim uslugama (DSA) – prijedlog zakona kojim se žele regulirati internetske platforme, ilegalni sadržaj i algoritmi – bit će stavljen na plenarno glasanje u Parlamentu u siječnju 2022. Vijeće je potvrdilo svoje stajalište krajem studenog, kada je prošireno područje primjene i predloženo da Komisija bude odgovorna za provođenje zakona. IMCO, nadležni odbor za DSA, izglasao je najnoviji tekst zakona. Kada se zakon usvoji na plenarnom glasanju, može otpočeti trijalog između Komisije, Vijeća i Parlamenta.

Digital Markets Act: Zakon o digitalnom tržištu (DMA) utvrdit će kriterije za identificiranje takozvanih „gatekeepera“ (velike tvrtke koje brane manjim tržišnim igračima ulazak na tržište). Tekst je zakona usvojen na plenarnom glasanju u Parlamentu, čime može započeti trijalog i pregovori s nacionalnim vladama, što se planira početi i dovršiti tijekom francuskog predsjedanja Vijećem u prvoj polovini 2022. Zasad se očekuje da će DMA biti finaliziran barem do kraja lipnja.

Uredba o e-privatnosti: Vrlo je vjerojatno da će francusko predsjedništvo staviti pitanje e-privatnosti na zakonodavnu agendu za prvi kvartal 2022. Gotovo da se ništa u međuvremenu nije promijenilo; [stajalište Parlamenta](#) iz 2017. još je uvijek važeće. Uredbom se želi uvesti univerzalna zabrana praćenja i kolačića, a poziva se i da u internetskim preglednicima zadana postavka bude „privacy-by-default“. Ostaje vidjeti koliko je stajalište iz 2017. relevantno sada kada se govori o ukidanju kolačića.

Kodeks o postupanju s dezinformacijama: U posljednjim tjednima 2021. godine fokus je bio na povećanju broja novih (potencijalnih) potpisnica Kodeksa te na uspostavi okvira kako bi mogla započeti izrada ažuriranog teksta. Na temelju [Komisijinih smjernica](#) od trenutačnih i potencijalnih novih potpisnica očekuje se da osmisle snažne, ambiciozne i mjerljive mjere te ključne pokazatelje uspješnosti (KPIs) radi osnaživanja Kodeksa. Više od 40 organizacija pridružilo se izradi novog teksta Kodeksa, a očekuje se da će biti spreman za potpisivanje do 31. ožujka 2022.

Digitalni porez: Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) postigla je sporazum o globalnom digitalnom porezu u listopadu. Sporazum je podijeljen u dva stupa – prvi koji zahtijeva da tvrtke plaćaju porez u državama gdje djeluju (za razliku od država gdje su registrirane) i drugi kojim se uvodi minimalni korporativni porez od 15 %. U 2022. države će potpisati povelju o implementaciji sporazuma, što se očekuje 2023. Očekuje se da će države koje su uvele nacionalne digitalne poreze iste povući. Europska unija planira u 2022. dati prijedlog vlastitog digitalnog poreza.

GDPR: Primjena i provedba GDPR-a i dalje ne ispunjava očekivanja Komisije (i mnogih u Parlamentu). Početkom prosinca potpredsjednica Komisije Vera Jourová izjavila je da će „promjene biti nužne“ ako se provedba GDPR-a na nacionalnim razinama ne pokaže „učinkovitom“ – time aludirajući na to da će Europski odbor za zaštitu podataka (EOZP) ili Komisija morati preuzeti veću ulogu. Vlada UK-a radi na [planovima](#) reformiranja svojih zakona u kojima se primjenjuje GDPR, uključujući prijedloge da se ograniči uporaba „beskonačnih“ prozora za prihvaćanje kolačića i da se osmisli „mekši“ pristup zaštiti privatnosti. Ako se ti planovi obistine, UK bi se mogao početi tretirati kao treća zemlja, što znači će se na njega primjenjivati ograničenja prijenosa podataka.

Oglašavanje djeci: Očekuje se da će sve veći broj država članica uvoditi dodatne mjere zaštite maloljetnika u internetskom okruženju. U okviru Digital Services Acta (DSA) i Digital Markets Acta (DMA), kako trenutno stvari stoje (u Parlamentu EU-a), poziva se na zabranu ciljanog oglašavanja djeci. U Irskoj i Španjolskoj u tijeku su rasprave o zabrani oglašavanja HFSS hrane (hrane s bogatim udjelom masti, šećera i soli) djeci na razini EU-a. Platforme su u međuvremenu, očekujući takav razvoj događaja u zakonodavstvu, uvele zabrane ciljanog oglašavanja na temelju interesa mladima od 18 godina i unaprijedile metode provjere dobi te sustav roditeljskog nazora.

Umjetna inteligencija: Komisija je u travnju objavila svoj [prijedlog](#) Zakona o umjetnoj inteligenciji, čiji je cilj umanjiti rizike određenih primjena umjetne inteligencije i potaknuti ulaganja i inovaciju u tom sektoru. Agencije koje razvijaju i primjenjuju sustave umjetne inteligencije moraju ih podložiti procjeni rizika te, ovisno o razini rizika, poduzeti korake u svrhu umanjenja rizika ili ih u potpunosti prestati upotrebljavati. Agencije će također morati ispuniti zahtjeve kvalitete skupova podataka te im prijete novčane kazne u slučaju nepoštivanja tih zahtjeva.

Zelene izjave: Cilj je zakonodavstva smanjiti tzv. "greenwashing" (lažne, preuveličane, obmanjujuće izjave). Kompanije će morati potkrijepiti tvrdnje o svojim proizvodima (ili organizacijama) standardnom EU metodologijom: [PEF/OEF metodom](#). Ova metoda zauzima pristup na temelju životnog ciklusa – uzimajući u obzir utjecaj proizvoda od njegova nastanka do razgradnje. Oni koji se trenutno koriste ekološkim oznakama, tvrdnjama i/ili metodama kako bi potkrijepili „zelene izjave“ možda će se morati prebaciti na oznaku ili metodu EU-a. To će vjerojatno dovesti do administrativnog opterećenja i troškova usklađivanja (slično kao i u slučaju „zdravstvenih izjava“).

Europski plan za borbu protiv raka: Posebni odbor za borbu protiv raka Europskog parlamenta (BECA) u 2021. posvetio se izradi (nezakonodavnog) izvješća. Iako su u početku u prvom planu bila ograničenja oglašavanja alkohola, u najnovijoj inačici od Komisije se traži prijedlog uredbe na razini EU-a kojom se zabranjuje oglašavanje HFSS hrane djeci, kao i opća ograničenja takvog oglašavanja na društvenim mrežama u državama članicama. U međuvremenu Komisija priprema [nekoliko mjera u okviru provedbe](#) svog Plana za borbu protiv raka, uključujući smjernice za kodekse postupanja s ciljem smanjenja oglašavanja nezdrave hrane djeci (2023.), istraživanje o

oporezivanju šećera, osvježavajućih i alkoholnih pića (2022.) te procjenu Akcijskog plana za suzbijanje pretilosti (2022.).

II. POLITIKE KOJE SE OČEKUJU U 2022.

Političko oglašavanje: Ovo je relevantno za sve agencije uključene u političko oglašavanje ili oglašavanje temeljeno na pitanjima (engl. *issue-based advertising*) jer postoje izravne obaveze za agencije za tržišno komuniciranje. Agencije će biti dužne (i odgovorne) zadržati podatke kojima imaju pristup zbog pružanja usluga povezanih s oglasom (npr. oznaka da se radi o političkom oglasu), pokroviteljima (npr. o kojoj političkoj stranci je riječ) i diseminacijom (npr. parametri korišteni za ciljanje). Te podatke agencije su dužne prosljediti izdavačima koji ih zatim moraju priložiti uz oglas. Svjetska federacija oglašivača (WFA) nije zadovoljna postojećom definicijom „političkog oglašavanja“ jer se u njoj političko oglašavanje nedovoljno jasno razlikuje od komercijalnog oglašavanja. Mnoštvo oglasa o problemima poput klimatskih promjena, korporativne društvene odgovornosti itd. mogli bi se smatrati „oglasima temeljenim na pitanjima“, čime bi se oglašivače i agencije podložilo strogim pravilima o transparentnosti kojima se ne otkrivaju samo „osnovni podaci“ o oglasu već potencijalno i poslovno osjetljivi podaci (npr. koliko novaca je uloženo u oglas, u ciljanje itd.) Prijedlog čeka daljnje izmjene u Parlamentu i Vijeću.

Zakon o slobodi medija: Komisija je obećala da će predstaviti prijedlog kojim se utvrđuju pravila o medijskom vlasništvu i prekograničnom funkcioniranju. Cilj je spriječiti neopravdano uplitanje vlasti u medijske aktivnosti, što se odnosi na vlasti unutar Unije, kao i na vlasti „neprijateljskih stranih aktera“. Prijedlogom će se također utvrditi pravila o ograničavanju prekomjerne koncentracije medijskog vlasništva. Ova inicijativa mogla bi zanimati sve one koji rade u području sigurnosti brendova.

Duhan: Revizija [Direktive o duhanskim proizvodima](#) u tijeku je u okviru Komisijina cilja za „Europu bez duhana“. U 2022. procijenit će se nekoliko ishoda iz 2021. (izvješće o primjeni Direktive o duhanskim proizvodima, mišljenje Znanstvenog odbora za zdravlje, okoliš i nove rizike (SCHEER) o e-cigaretama i anketa Eurobarometera) s ciljem objave procjene učinka u 2023. i prijedloga u 2024. Prijedlog u okviru revizije Direktive o oporezivanju duhana očekuje se u 2022., kao i prijedlog za prekograničnu kupovinu.

Alkohol: Komisijini prijedlozi za reviziju zakonodavstva EU-a u području oporezivanja alkohola i prekogranične kupovine alkohola mogu se očekivati u 2022., kao i prijedlog za obavezno navođenje popisa sastojaka i nutritivne deklaracije na alkoholnim pićima. U 2023. slijedi Prijedlog za zdravstvena upozorenja na alkoholnim pićima.

Hrana: Komisija želi objaviti prijedlog za obavezno označivanje hranjive vrijednosti na prednjoj strani ambalaže do četvrtog kvartala 2022. Cilj će biti uspostava nutritivnih profila kako bi se ograničilo ili zabranilo oglašavanje određenih prehrambenih proizvoda. U okviru Zajedničke akcije Best-ReMaP (privremeni projekt na kojem radi nekoliko članica EU-a) radi se na smjernicama za kodekse postupanja s ciljem smanjenja oglašavanja nezdrave hrane djeci (planirano za 2023.).