НАЦРТ

З А К О Н

O ИЗМЕНАМА И ДОПУНАМА ЗАКОНА О ОГЛАШАВАЊУ

Члан 1.

У Закону o оглашавању („Службени гласник РС”, брoj 6/16, 52/19 др.закон), у члану 2. став 1. тачка 3) мења се и гласи:

„3) оглашивач је правно лице, предузетник или физичко лице које се представља огласном поруком у оквиру своје пословне делатности или у друге комерцијалне сврхе, укључујући и друга лица која послују у његово име и за његов рачун;”.

У тачки 4) после речи: „власник“ додаје се реч: „платформе.“

После тачке 4) додаје се нова тачка 5) која гласи:

„5) аудио-визуелна комерцијална комуникација је аудио-визуелна медијска услуга која подразумева приказивање у облику слика са или без тона чија је намена директно или посредно промовисање робе, услуга или угледа физичког или правног лица која обављају економску активност. Такво приказивање се врши уз новчану или другу накнаду, или у сврхе сопственог промовисања, а укључено је у програм или у кориснички генерисани видео запис. Врсте аудио-визуелне комерцијалне комуникације су, између осталог, телевизијско оглашавање, спонзорство, ТВ продаја и пласирање производа. “

Члан 2.

У члану 4. после става 3. додаје се нови став 4. који гласи:

„Преносилац огласне поруке, укључујући друштвене мреже, мора обезбедити једнаке услове за све оглашиваче.“

Члан 3.

У члану 12. у ставу 3. реч „програма“ замењује се речима: „презентовања садржаја (програм, објава на друштвеним мрежама и медијским платформама)“

**Члан 4 .**

У члану 15. у став 2. после речи: „податак“ додају се речи: „(име, презиме, адреса, ЈМБГ, електронска адреса и број телефона)“.

**Члан 5.**

У члану 19. ставу 1. после тачке, додају се речи: „У сврху одређивања идентитета оглашивача, преносилац огласне поруке, дужан је да прикупља и даље обрађује податке о оглашивачу, и то: пословном имену, адреси седишта и матичном броју, а за физичко лице, име и презиме, адресу пребивалишта и јединствени матични број грађана.“

После става 2. додаје се нови став 3. који гласи:

„Ако је законски услов за обављање делатности која је предмет оглашавања ауторско право, потребно је обезбедити сагласност носиоца ауторског права.“

У ставу 3. после тачке додају се речи: „По истеку рока за обавезно чување огласне декларације, подаци о личности оглашивача физичког лица, бришу се.“

**Члан 6.**

У члану 21. у ставу 4. реч: „или“ замењује се речју „и“.

У тачки 4. речи „дијететски додаци“ замењују се речима: „додаци исхрани (дијететски суплементи)“:

У ставу 5. после речи: „на“ додају се речи: „штампане и онлајн медије.“

**Члан 7.**

У члану 27. у ставу 1. после речи: „захтев“ додају се речи: „и платформи за дељење или размену видео садржаја.“

**Члан 8.**

У члану 28. у ставу 1. после речи: „садржаја“ додају се речи: „и/или кориснички генерисаном видео запису.“

Ст. 2-4. бришу се.

После става 4. додаје се нови став који гласи:

„Пласирање производа није дозвољено у вестима, програмима о актуелним друштвено-политичким догађајима, програмима о искључиво потрошачким питањима, верским програмима и дечијим програмима.

**Члан 9.**

У члану 30. став 1. мења се и гласи:

„Програмски садржаји у којима се пласира производ морају бити јасно означени обавештењем о пласирању производа и то на почетку и на крају, као и након рекламних блокова, уколико те програмске садржаје производи или наручује сам пружалац медијске услуге или са њим повезано лице у смислу закона којим се уређује положај привредних друштава.“

**Члан 10.**

У члану 33. став 2. мења се и гласи:

„Изузетно од става 1. овог члана дозвољено је емитовање појединачне огласне поруке, односно поруке ТВ продаје, током преноса спортских догађаја, а изузетно и у другим програмским садржајима, али само уколико је то недвосмислено неопходно, у складу са овим законом.“

У ставу 5. реч: „односно“ замењује се речима: „осим ТВ.“

**Члан 11.**

Члан 35. мења се и гласи: „Трајање ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима комерцијалних пружалаца медијске услуге у временском периоду од 6 до 18 часова не сме да прекорачи 20% тог периода.

Трајање ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима комерцијалних пружалаца медијске услуге у временском периоду од 18 до 24 часова не сме да прекорачи 20% тог периода.

Трајање ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима установе јавног медијског сервиса и пружаоца медијске услуге цивилног сектора у временском периоду од 6 до 18 часова не сме да прекорачи 10% тог периода.

Трајање ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима установе јавног медијског сервиса и пружаоца медијске услуге цивилног сектора у временском периоду од 18 до 24 часова не сме да прекорачи 10% тог периода.

Одредбе овог члана не примењују се на телевизијске програме у целини намењене оглашавању и ТВ продаји, као и телевизијске програме у целини намењене самопромоцији.“

**Члан 12.**

У члану 38. после става 3. додаје се нови став 4. који гласи:

„Каталози, лифлети, буклети, брошуре и слични штампани материјали се не сматрају штампаним медијима у смислу овог закона, али се на њих односе одредбе овог закона.“

**Члан 13.**

У члану 45. став 5. мења се и гласи:

„У сврху одређивања идентитета оглашивача, преносилац огласне поруке, који је пружалац услуге информационог друштва у смислу закона којим се уређује електронска трговина, дужан је да прикупља и даље обрађује податке о оглашивачу и то о пословном имену, адреси седишта и матичном броју, а за физичко лице, име и презиме, адресу пребивалишта и јединствени матични број грађана, током трајања оглашавања и 30 дана након престанка оглашавања. По истеку рока за обавезно чување података о оглашивачу, подаци о личности оглашивача физичког лица, бришу се.“

**Члан 14.**

У називу изнад члана 46. после речи: „алкохолних пића“, додају се речи: „и пића са садржајем алкохола“

У ставу 1. после речи: „алкохолних пића“, додају се речи: „и пића са садржајем алкохола (у даљем тексту: алокохолна пића)“.

У ставу 3. реч: „мањим“ замењује се речју: „до“.

У тачки 2) речи: „осим на средствима јавног превоза (аутобус, трамвај, такси сл.)“ бришу се.

У тачки 3) речи:“, у термину од 18:00 до 06:00 часова“, бришу се .

У тачки 5) после речи: „оглашавања“ додају се речи:“, осим ако су тематски или циљно намењени деци или малолетницима.“

У ставу 4. после речи: „медијима“ додају се речи; „каталозима, лифлетима, буклетима, брошурама и сличним штампаним материјалима.“

**Члан 15.**

У члану 47. став 1. брише се.

**Члан 16.**

Назив изнад члана 53. мења се и гласи: „Електронске цигарете  и сродни производи“

У ставу 1. речи: „течности и делова за електронске цигарете замењују се речима: „и  сродних производа са или без никотина предвиђених прописима о дуванским производима.“

Додаје се нови став 2. који гласи: „Правила о оглашавању из претходног става се не односе на електронске уређаје за загревање дуванских односно биљних производа.“

**Члан 17.**

Члан 54. мења се и гласи:

„Забрањено је оглашавати игре на срећу ако приређивач није добио сагласност, одобрење, односно дозволу надлежног органа за приређивање игре на срећу.

Забрањено је оглашавање класичних игара на срећу на отвореним површинама, осим на месту које је удаљено најмање 100 метара ваздушном линијом од најближег комплекса предшколске, школске, здравствене или установе намењене деци и малолетницима.

Забрањено је оглашавање посебних игара на срећу на отвореним површинама, укључујући и аутобусе, такси и сва друга возила, како споља тако и изнутра, и то: путем огласних паноа (билборда), плаката, дисплеја, светлећих реклама и слично, осим:

1) На спортским теренима током спортских догађаја које спонзорише приређивач игара на срећу, односно који спонзорише спортисте, спортске клубове или репрезентације који су учесници тих спортских догађаја и манифестација, као и обављање директних промотивних активности на спортским теренима током спортских догађаја;

2) Постављања средстава за оглашавање на спољним површинама пословних просторија у којима се приређују игре на срећу и на местима на којима се врши уплата за приређиваче и то највише једног назива и једног лога приређивача игре на срећу, тако да не покрива више од 25% површине.

3) Обављања промотивних активности испред пословних просторија у којима се приређују игре на срећу;

4) Постављања средстава за оглашавање на службеним возилима приређивача игара на срећу.

Светлећа средства за оглашавање су забрањена, осим на играчницама.“

**Члан 18.**

Члан 56. мења се и гласи:

„Оглашавање класичних игара на срећу путем електронских медија, као и у биоскопима, позориштима или другим просторима где се врши приказивање, односно извођење представа, дозвољено је, осим ако су тематски или циљано намењене деци или малолетницима.

Забрањено је оглашавање посебних игара на срећу:

1) На свим телевизијама, и на телевизијама које програм емитују на националним фреквенцијама, као и оглашавање на кабловским телевизијским каналима, локалним телевизијским каналима осим за време преноса спортских догађаја, као и 30 минута пре и после преноса спортских догађаја и то највише 10 огласних порука у трајању од најдуже 30 секунди по једног огласној поруци;

2) у садржајима електронских интернет портала и на Google (Google Display Network), Google Search (претрага), Youtube), осим:

- оглашавања и истицања било ког садржаја (понуда, банери, бонуси и др.) на званичним интернет адресама приређивача игара на срећу;

- издања спортских интернет портала који су у целини тематски намењени објављивању спортских садржаја;

- интернет страница спортских клубова и удружења која спонзорише приређивач који се оглашава;

- друштвених мрежа (Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok и др.);

3) на радијима, осим за време преноса спортских догађаја, и то највише 10 огласних порука у трајању од најдуже 30 секунди по једног огласној поруци;

4) у штампаним медијима, осим на страницама које су тематски намењене извештавању о спортским догађајима;

5) учествовањем јавних личности, као што су музичари, глумци, спортисти, политичари, уметници, инфлуенсери и учествовањем свих других особа које имају могућност да утичу на куповне одлуке других због свог стварног или претпостављеног ауторитета, знања или положаја осим ако су та лица:

- активни спортисти спортских клубова и спортских друштава која спонзоришу приређивачи игара на срећу који се оглашавају.

6) у филмовима, спотовима, серијама, позоришним представама.

Забрањено је оглашавање и промовисање бонуса приређивача игара на срећу, осим:

1) на сопственој интернет страници приређивача игара на срећу и на њиховим локацијама;

2) на сопственим друштвеним мрежама (Facebook, Twitter, Instagram и др.);

3) слањем електронских порука играчима који имају активне налоге на интернет страницама, под условом да су они претходно дали сагласност за примање такве поруке.

Дозвољено је оглашавање и промовисање бонуса приређивача игара на срећу:

1. У издањима спортских интернет портала који су у целини тематски намењени

објављивању спортских садржаја;

1. На интернет страницама спортских клубова и удружења која спонзорише приређивач који се оглашава;
2. У штампаним медијима, на страницама које су тематски намењене извештавању о спортским догађајима.

Оглашавање класичних и посебних игара на срећу, укључујући и посредно упућивање на исте, врши се уз обавештење о забрани учествовања малолетних лица у играма на срећу и одговарајући текст упозорења о превенцији болести зависности.

Оглашавање класичних, посебних игара на срећу и наградних игара у роби и услугама не сме да:

1. искоришћава неискуство или недостатак знања деце или малолетника;
2. користи децу или малолетнике у оглашавању, односно усмерава оглашавање на децу или малолетнике;
3. повезује учествовање у играма на срећу са активностима намењеним деци или малолетницима;
4. повезује учествовање у играма на срећу са стицањем зрелости.

Оглашивач је дужан да, у оглашавању продајних подстицаја за учествовање у играма на срећу (бесплатни кредити, бонуси или друга средства за учествовање у играма на срећу понуђена учесницима без накнаде), на јасан и разумљив начин истакне правила за коришћење продајног подстицаја, а нарочито посебне услове које учесник мора да испуни ради коришћења продајног подстицаја.

**Члан 19.**

После члана 56. додаје се нови члан 56а који гласи:

„Оглашавањем класичних и посебних игара на срећу не сматра се спровођење друштвено одговорних акција од стране приређивача игара на срећу, било непосредно или посредством других лица, као и јавно приказивање и извештавање о тим акцијама било путем медија или на било који други начин, и није забрањено у смислу овог Закона.

Приликом спровођења друштвено одговорних акција из става 1. овог члана дозвољено је да приређивачи игара на срећу истакну свој лого/логотип без позивања на учешће у играма на срећу.“

**Члан 20.**

У члану 64. после става 1. додаје се нови став који гласи:

„Спонзорством се сматра и врста аудио-визуелне комерцијалне комуникације која представља сваки вид финансијске или друге подршке јавних или приватних ентитета или физичких лица која нису укључена у пружање аудио-визуелне медијске услуге или услуге платформи за размену видео записа, као ни у производњу аудио-визуелних дела, финансирање аудиовизуелних медијских услуга, услуга платформи за размену видео записа, кориснички генерисаних видео записа или програма, у сврхе промоције спонзоровог имена, назива или жига, угледа активности или производа.“

**Члан 21.**

Назив изнад члана и члан 77, мењају се и гласе:

„Изрицање мера

Ако у вршењу инспекцијског надзора надлежни инспектор утврди да се оглашавање врши супротно одредбама овог закона, записником о инспекцијском надзору забраниће такво оглашавање и наложиће отклањање утврђене незаконитости, укључујући уклањање огласне поруке, са примереним роком за отклањање.

Рок из става 1. овог члана не може бити краћи од 24 сата, ни дужи од два месеца, ако другачије није прописано.

Ако надлежни инспектор утврди да је надзирани субјекат предузео меру која му је наложена и отклонио незаконитост, окончава поступак инспекцијског надзора достављањем записника у којем се наводи да су отклоњене утврђене незаконитости или недостаци у његовом пословању или поступању.

Ако надзирани субјекат у остављеном року не отклони утврђену незаконитост, надлежни инспектор без одлагања доноси решење којим изриче меру за отклањање незаконитости са примереним роком из става 2. овог члана.

Ако у вршењу надзора надлежни орган јединице локалне самоуправе, утврди да се оглашавање на отвореним површинама врши супротно одредбама овог закона, решењем ће наложити уклањање средства за оглашавање.

Против решења из става 4. овог члана, може се изјавити жалба у року од осам дана од дана пријема решења.

Жалба из става 6. овог члана не задржава извршење решења.

Против решења из става 5. овог члана, може се изјавити жалба у складу са законом.“

**Члан 22.**

У члану 78. став 1. тачке 4), 7), 19), 21) 30) и 38) бришу се.

После става 4. додају се нови ставови 5-7. који гласе:

„Новчаном казном од 100.000,00 динара казниће се за прекршај правно лице ако:

1) не означи огласну поруку ознаком препознатљивости у складу са чланом 13. овог закона;

2) не истакне телефонску тарифу у складу са чланом 17. овог закона;

3) не обезбеди податке из члана 45. став 5. овог закона;

4) огласна порука не садржи упозоравајућу поруку, односно упозорење у складу са чланом 49. овог закона;

5) врши директно оглашавање супротно члану 63. овог закона;

6) не чува огласну поруку 30 дана од дана последњег објављивања, у облику који дозвољава могућност увида у огласну поруку, податке о месту, времену и учесталости оглашавања, односно онемогући увид у огласну поруку у складу са чланом 70. овог закона.

За радње из става 5. овог члана казниће се одговорно лице у правном лицу новчаном казном од 10.000,00 динара.

За радње из става 5. овог члана казниће се предузетник новчаном казном од 40.000,00 динара.“

**Члан 23.**

Овај закон ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у „Службеном гласнику Републике Србије”, осим одредаба члана 17. став 4. које ће се примењивати по истеку шест месеци од дана ступања на снагу овог закона. Одредбе члана 18. став 4. важиће годину дана од дана ступања на снагу овог закона.