

Указ о проглашењу Закона о оглашавању

Проглашава се Закон о оглашавању, који је донела Народна скупштина Републике Србије на седници Првог ванредног заседања у 2016. години, 26. јануара 2016. године.

ПР број 4

У Београду, 28. јануара 2016. године

Председник Републике,
Томислав Николић, с.р.

Закон о оглашавању

Закон је објављен у "Службеном гласнику РС", бр. 6/2016 од 28.1.2016. године,
ступио је на снагу 5.2.2016, а примењује се од 6.5.2016.

I. УВОДНЕ ОДРЕДБЕ

Предмет

Члан 1.

Овим законом уређују се садржина огласне поруке, општа правила оглашавања, посебна правила и ограничења, директно оглашавање, спонзорство, правна заштита и надзор.

Појмови

Члан 2.

Поједини изрази у смислу овог закона имају следеће значење:

- 1) оглашавање је представљање у било ком облику у вези са пословањем односно професионалном или пословном делатношћу, ради подстицања продаје робе и услуга, продаје непокретности, као и преноса права и обавеза;
- 2) огласна порука је обавештење које чини садржај оглашавања, без обзира на облик, начин или средство путем којег се преноси;
- 3) оглашивач је лице које се оглашава, а које има својство трговца у складу са прописима који уређују трговину или ради у име и за рачун трговца, односно које обавља професионалну или пословну делатност продаје робе и услуга, непокретности, као и пренос права и обавеза, у складу са посебним прописима;
- 4) преносилац огласне поруке је лице које преноси огласну поруку, преко средстава чији је власник, медија чији је издавач или домена чији је регистрант, или који има право коришћења или неко друго право на тим средствима и доменама на основу кога је овлашћен да преноси огласне поруке, као и организатор јавних манифестација и догађаја на којима се преносе огласне поруке.

Примена

Члан 3.

Одредбе овог закона примењују се на оглашавање без обзира на начин и средство којим се врши.

Одредбе овог закона примењују се и на активности које немају својство оглашавања у смислу члана 2. став 1. тачка 1) овог закона, као што су:

- 1) објављивање порука личне природе, односно други огласи физичких лица који нису везани за њихову пословну нити професионалну делатност;
- 2) јавно обавештавање које врше државни органи, односно други носиоци јавних власти, у склопу остваривања послова из свог делокруга (нпр. јавни позиви, јавно оглашавање за продају расходованог наоружања и војне опреме, обавештења, јавне кампање и сл.), у складу са законом који уређује област јавног обавештавања и других видова активности које, у циљу промовисања и представљања својих програма, пројеката, акција, радова и сл. врше Република Србија, Аутономна покрајина, јединице локалне самоуправе, као и установе и друга правна лица која су у претежном делу у државној својини или која се у целини или претежним делом финансирају из јавних прихода;
- 3) изборне кампање и друге промотивне активности политичких организација, које се врше у складу са прописима који уређују изборе, као и прописима који уређују електронске медије;
- 4) јавно обавештавање које врше удружења, синдикати, и друга правна лица, у склопу делатности која се не односи на продају робе и услуга укључујући активности, продају непокретности, као и пренос права и обавеза;
- 5) информисање јавности о активностима друштвено одговорног понашања, осим ако се у тој активности стичу елементи спонзорства у смислу овог закона.

II. ОПШТА ПРАВИЛА ОГЛАШАВАЊА

Слобода оглашавања

Члан 4.

Оглашавање је слободно, уз иста права и обавезе домаћих и страних правних и физичких лица.

Нико не сме спречити објављивање огласне поруке због идеја или мишљења о јавним стварима које су у огласној поруци садржане.

Оглашавање се обавља у складу са законом, другим прописима, добрим пословним обичајима, професионалном етиком и другим видовима саморегулative.

Пословна правила

Члан 5.

Самостално уређење пословних правила (саморегулација) подразумева скуп правила којима се дефинишу поступци у комерцијалној комуникацији која обухвата оглашавање у вези са једним или више пословних поступака или пословних грана, односно правила струке, а која су утврђена у складу са одредбама овог закона и посебним прописима.

Пословна правила доносе сви учесници у оглашавању и одговорни су за формулисање, прихватање, примену, праћење примене и њихову ревизију.

Професионална етика, у смислу овог закона, је стандард посебне вештине и пажње која се разумно може очекивати од оглашивача, произвођача или преносилаца огласних порука, у односу према примаоцима огласних порука и изједначена је са поштенom пословном (тржишном) праксом и општим начелима добре вере у професионално обављање делатности свих учесника у

оглашавању.

Предмет пословних правила могу да буду поједине области, односно пословне гране, као и начини поступања у области специјализованих услуга оглашавања.

Корегулација

Члан 5а

Преносиоци огласних порука који су пружаоци медијских услуга, у смислу закона који уређује област електронских медија, могу, уз сагласност регулаторног тела за електронске медије, самостално или заједнички утврдити посебна пословна правила у вези са неприкладним оглашавањем хране или пића који садрже састојке са прехранбеним или физиолошким дејством чије се претерано конзумирање не препоручује, нарочито масноће, транс-масне киселине, со/натријум или шећер, а које се емитује пре, у току или непосредно након програмских садржаја који су намењени деци или специјализовани за њих.

Друштвена одговорност

Члан 6.

Оглашавање мора бити засновано на принципу коришћења дозвољених средстава за постизање циља и другим принципима друштвене одговорности.

Огласном поруком се не сме изазивати мржња или нетолеранција, злоупотребљавати поверење, однос зависности, лаковерност, недостатак искуства или знања и сујеверје прималаца огласне поруке.

Огласна порука не сме да садржи изјаве или визуелно представљање које се може сматрати увредљивим.

Огласна порука мора да буде истинита, у складу са законом, добрим пословним обичајима лојалне конкуренције и професионалном етиком.

Ако се огласна порука позива на мишљења одређених научника, стручњака или потрошача она морају бити потврђена, документована и проверљива.

Забрана оглашавања одређених лица, роба, услуга и активности

Члан 7.

Забрањено је оглашавање којим се препоручује оглашавањем, активност или производња и промет робе и пружање услуга који су забрањени законом или појединачним актом надлежног органа.

Ако је за делатност у оквиру које је предмет оглашавања законом прописано да се може обављати само на основу сагласности, дозволе или другог акта државног органа, забрањено је оглашавање ако није издата сагласност, дозвола или други акт надлежног органа.

Забрањено је оглашавање којим се позива на недопуштене радње према другоме или на бојкотовање другог, односно прекидање или неуспостављање односа са њим.

Забрана подстицања дискриминације

Члан 8.

Забрањено је да огласна порука, непосредно или посредно, подстиче дискриминацију по било ком основу, а посебно по основу уверења, националне, етничке, верске, родне или расне припадности, политичког, сексуалног или другог опредељења, друштвеног порекла, имовинског стања, културе, језика, старости, или психичког или физичког инвалидитета.

Забрана дискриминације оглашивача

Члан 9.

Забрањено је неоправдано одбити објављивање, односно емитовање огласне поруке, или на други начин неоправдано правити разлику или неједнако поступати, искључивати, ограничавати или давати првенство, различитим оглашивачима, у истим или сличним ситуацијама.

Забрана подстицања угрожавања здравља и безбедности

Члан 10.

Забрањено је да се огласном поруком подстиче понашање које угрожава здравље или безбедност примаоца огласне поруке, а нарочито:

- 1) сцене насиља и деструкција објеката и природе, осим у циљу сузбијања таквог понашања;
- 2) прикази који могу да изазову страх и агресивност;
- 3) сексуално узнемиравање, приказано као прихватљиво, пожељно или уобичајено друштвено понашање;
- 4) приказивање малолетника у вези са сексуалношћу, као и мушкараца и жена као дечака или девојчица са сексуалним одликама одраслих;
- 5) подстицање или одобравање поступака који су забрањени прописима о заштити животне средине, као и изношење неистинитих тврдњи (нпр. истицањем речи "еколошки сигуран", "еколошки нешкодљив", "еко храна", "органички производ" и сличних речи или симбола) да роба или услуга имају позитиван или нешкодљив утицај на заштиту здравља или животне средине.

Обмањујуће оглашавање

Члан 11.

Обмањујуће оглашавање је забрањено.

Обмањујуће оглашавање јесте свако оглашавање које на било који начин, укључујући начин приказивања, обмањује или је вероватно да ће обманути примаоце огласне поруке, које због такве обмањујуће природе може да утиче на њихово економско понашање или које због тога шкоди или је вероватно да ће нашкодити конкуренту оглашивача.

Приликом утврђивања да ли је одређено оглашавање обмањујуће узимају се у обзир све његове карактеристике, а нарочито свака информација коју то оглашавање садржи у вези са:

- 1) својством робе или услуге, као што су: природа, састав, доступност, количина, спецификација, начин коришћења, подобност за употребу у одређене сврхе, географско или комерцијално порекло, начин и датум производње робе, начин и време пружања услуге, резултати који се могу очекивати од коришћења робе или услуге, резултати или други показатељи тестова или провера спроведених на роби или услузи;
- 2) ценом или начином обрачуна цене, као и условима продаје робе или условима пружања услуга;
- 3) пословним подацима, својствима и правима оглашивача, као што су његов идентитет и имовина, његове квалификације, комерцијална својина или право интелектуалне својине, награде и признања која је добио оглашивач.

Прикривено оглашавање

Члан 12.

Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.).

Ознака препознатљивости

Члан 13.

Ако се огласна порука појављује заједно са другим информацијама које немају огласну природу, огласна порука мора бити јасно означена ознаком препознатљивости.

Ознака препознатљивости јесте графичка, визуелна, односно аудио ознака која у зависности од начина оглашавања означава својство одређене поруке као огласне поруке (нпр. "плаћен простор", "огласна порука", и сл.).

Применом ознаке препознатљивости се искључује прикривено оглашавање у конкретной ситуацији.

Упоредно оглашавање

Члан 14.

Упоредно оглашавање јесте оглашавање којим се, посредно или непосредно, идентификује конкурент, односно његова роба или услуга.

Упоредно оглашавање, у погледу самог поређења, дозвољено је ако:

- 1) није обмањујуће у смислу члана 11. овог закона и у смислу одредаба о обмањујућој пословној пракси и пропуштању којим се обмањују потрошачи, прописаних законом којим се уређује заштита потрошача;
- 2) пореди робу или услуге намењене задовољавању истих потреба или исте сврхе;
- 3) врши објективно поређење једног или више материјалних, релевантних, проверљивих и репрезентативних својстава тих роба или услуга, што може да укључује и цену;
- 4) не омаловажава нити обезвређује жигове, трговачки назив, ознаке географског порекла или друге ознаке по којима се конкурент препознаје или издваја, његову робу или услуге, активности или околности у којима се конкурент налази;
- 5) се у појединачном случају односи на производе са истом ознаком порекла;
- 6) не злоупотребава углед конкурента, његовог жига, трговачког назива, или друге ознаке по којој се конкурент препознаје или издваја, или ознаке порекла конкурентског производа;
- 7) не представља робу или услуге као имитације или реплике робе или услуга које носе заштићени жиг или трговачки назив;
- 8) не уноси забуну у погледу идентитета оглашивача у односу на конкурента, као и забуну у погледу робе или услуга, жигова, трговачког назива или друге ознаке по којој се препознају или издвајају оглашивач и његов конкурент.

Употреба личног добра у оглашавању

Члан 15.

Ако огласна порука садржи лично добро на основу којег се може утврдити или препознати идентитет лица, огласна порука се не може објавити без претходног пристанка лица на које се лично добро односи.

Под личним добром сматра се лични податак, лични запис, запис лика (фотографски, цртани, графички, филмски, видео и дигитални запис), звучни запис гласа и изговорене речи одређеног физичког лица.

Ако је лице на које се лично добро односи преминуло, престанак у смислу става 1. овог члана дају брачни друг, деца, односно други сродник у нисходној правој линији укључујући и сродника по усвојењу, родитељи умрлог, односно лице које је за то одређено у завештању.

Престанак из става 3. овог члана није неопходно прибавити након истека 70 година од смрти лица чије се лично добро користи.

За физичко лице које нема пословну способност, престанак у смислу става 1. овог члана даје његов законски заступник, а за дете без родитељског старања и пунолетно лице које је лишено пословне способности, старатељ уз претходну сагласност органа старатељства.

Престанак лица на које се лично добро односи дат за коришћење личног добра по другом основу, са накнадом или без накнаде, а не по основу оглашавања, не сматра се истовремено и престанком за његово коришћење у огласној поруци.

Престанак дат за коришћење личног добра у једној огласној поруци или за одређени период оглашавања, одређени начин, односно за оглашавање ради одређеног циља, не сматра се престанком за поновљено или продужено оглашавање, за оглашавање на други начин, односно за оглашавање за друге циљеве.

Ако је лице на које се лично добро односи задржало право да опозове престанак за коришћење личног добра у огласној поруци, огласна порука не може да садржи лично добро од пријема опозива.

Лице на које се лично добро односи има право на опозив и када није задржало то право приликом претходног престанка на употребу личног добра, ако би према околностима случаја такво оглашавање проузроковало штету његовим интересима коју оно није могло да предвиди.

Ако је престанак за коришћење личног добра опозван у складу са овим законом, оглашивач има право на накнаду штете проузроковане опозивом престанка на употребу личног добра.

Ако лице чије је лично добро употребљено у огласној поруци, накнадно пристане на то коришћење, има право да захтева одговарајућу накнаду за коришћење његовог личног добра.

Оглашавање продајних подстицаја

Члан 16.

Оглашивач је дужан да приликом оглашавања продајних подстицаја у огласној поруци наведе све елементе које садржи понуда продајног подстицаја у складу са законом којим се уређује трговина.

Забрањено је оглашавање продајних подстицаја којим се оглашава наводна распродаја или привидно снижење цене робе или услуга, обим снижења или слично, ако је ранија цена неистинито приказана или је роба била понуђена по ранијој цени у занемарљиво кратком периоду.

Ако се оглашавају роба или услуга по ценама повлашћеним за одређене категорије лица, за одређено подручје и одређени период времена, мора се тачно означити категорија лица, подручје и период за које цена важи.

Обећање поклоне коришћењем речи "бесплатно", "gratis" "плати један, узми два", "два за један" и сл. допуштено је само ако се роба или услуга већ нуди по редовној (текућој) цени.

Ако се у огласној поруци пореде цене робе или услуга различитог квалитета, односно цене робе са недостатком и без њега, мора се навести да је нижа цена условљена нижим квалитетом, односно недостатком.

Скривена тарифа

Члан 17.

Огласна порука која упућује на телефонски број, односно други кориснички сервис за који важи посебна тарифа, мора уочљиво, јасно и читљиво садржати износ те тарифе, односно укупне цене те услуге (успостављање позива и тарифирање у минути и сл.).

Употреба државних симбола Републике Србије, страних држава и симбола међународних организација

Члан 18.

Употреба заставе, химне и грба Републике Србије у оглашавању мора бити у складу са законом којим се уређује употреба тих државних симбола.

Огласна порука не може да садржи симболе чија је употреба противна прописима, пословним обичајима или моралу.

Употреба заставе, грба, химне и других симбола, страних држава и међународних организација не сме да буде недостојна, а нарочито да буде таква да их излаже порузи, или да вређа достојанство стране државе или њених грађана или међународне организације.

Огласна декларација

Члан 19.

Огласна декларација је исправа која садржи податке који идентификују оглашивача и преносиоца огласне поруке, садржај огласне поруке, и предвиђени период и начин оглашавања, коју оглашивач доставља преносиоцу огласне поруке.

Ако је законски услов за обављање делатности која је предмет оглашавања сагласност, дозвола или други акт надлежног органа, у огласну декларацију се уписује број и датум дозволе, сагласности или другог акта и назив органа који је издао тај акт.

Огласну декларацију са подацима из става 1. овог члана чувају оглашивач и преносилац огласне поруке током трајања оглашавања на које се односи и 30 дана од престанка тог оглашавања.

Ако преносилац огласне поруке не поседује огласну декларацију са подацима из става 1. овог члана, ступа на место оглашивача у погледу обавеза и одговорности прописаних овим законом, осим ако се из огласне поруке могу поуздано утврдити ти подаци.

Огласна декларација се саставља у писаном облику или у облику електронског документа снабдевог електронским потписом.

Одговорност преносиоца огласне поруке

Члан 20.

Преносилац огласне поруке одговоран је солидарно са оглашивачем, за штету која настане објављивањем или преношењем на други начин огласне поруке за коју се на основу редовног увида може утврдити да је очигледно супротна овом закону, ако није прибавио уредно попуњену декларацију.

Преносилац огласне поруке може уговором са оглашивачем преузети искључиву одговорност за обавезе и одговорности оглашивача прописане овим законом.

Права и обавезе преносилаца огласних порука у оглашавању на отвореним површинама, имају власници, носиоци права располагања, односно коришћења, или другог права на ствари, простору или средству, које садржи њихово овлашћење да самостално одлучују у погледу истицања или излагања огласне поруке, укључујући овлашћење наплате новчане накнаде за оглашавање.

Преносилац огласне поруке одговоран је за оглашавање чија је огласна порука противна одредбама овог или другог закона или подзаконског акта којим се уређује садржај оглашавања, ако је знао или је на основу редовне провере околности конкретнoг случаја (нпр. увидом у садржај) морао знати да је огласна порука противна наведеним прописима, ако не поседује огласну декларацију из члана 19. овог закона.

III. ПОСЕБНА ПРАВИЛА И ОГРАНИЧЕЊА

1. Посебна правила о заштити деце и малолетника

Заштита деце и малолетника од неприкладног оглашавања

Члан 21.

Огласна порука не сме да:

- 1) садржи приказ детета или малолетника у опасној ситуацији;
- 2) непосредно позива децу или малолетнике на куповину роба или услуга или да их позива да то захтевају од својих родитеља;
- 3) подстиче децу или малолетнике на понашање које им може шкодити;
- 4) непосредно подстиче децу или малолетнике на куповину или закуп роба или услуга, злоупотребом њиховог неискуства и лаковерности;

5) злоупотребљава посебно поверење које деца и малолетници имају у родитеље, наставнике или друга лица.

Опасним ситуацијама из става 1. тачка 1) овог члана нарочито се сматрају пењање на необезбеђене објекте, улазак у непознате просторије, разговор са непознатим људима и слично, или дете које је без надзора родитеља у поседу или у близини опасних материја или опреме, као што су шибице, упаљачи, бензин, лекови, електрични уређаји у домаћинству и слично, осим ако се огласном поруком непосредно промовише сигурност деце и заштита њиховог интегритета.

Током дечије емисије, односно емисије која је намењена малолетницима, могу се емитовати само огласне поруке и поруке ТВ продаје које су прикладне за дечији узраст, односно за узраст малолетника.

У смислу става 3. овог члана, током и најмање десет минута пре или након емитовања дечије емисије, односно емисије намењене малолетницима, нарочито није дозвољено емитовати огласне поруке и поруке ТВ продаје којима се препоручују:

- 1) алкохолна пића;
- 2) игре на срећу;
- 3) средства за паљење, запаљиве материје и друга опасна средства која могу да доведу у опасност дете или малолетника;
- 4) производи за мршављење, поступци лечења, установе које пружају такве услуге, лекови, медицинска средства и дијететски додаци.

Одредбе овог члана сходно се примењују на телевизијске и радијске програме и медијске услуге на захтев које су специјализоване за програмске садржаје намењене деци, односно малолетницима.

Дете, у смислу овог закона, јесте лице које није навршило 12 година.

Малолетник, у смислу овог закона, јесте лице које је навршило 12, а није 18 година.

Члан 22.

Огласна порука намењена деци, у смислу овог закона, јесте огласна порука која је, посредно или непосредно, упућена деци.
Огласна порука намењена малолетницима, у смислу овог закона, јесте огласна порука која је, посредно или непосредно, упућена малолетницима.

Злоупотреба неискуства, незнања и лаковерности

Члан 23.

Огласна порука намењена малолетницима не сме да злоупотребљава недостатак њиховог искуства или знања, или њихову лаковерност.

Огласна порука намењена деци, поред услова из става 1. овог члана, не сме онемогућавати или отежавати разликовање између стварности и маште.

Огласна порука намењена деци, односно малолетницима, не сме да садржи неистините податке о оглашавању роби или услузи, нарочито у погледу стварне величине, вредности, природе, трајности, својстава, брзине, боје и слично.

Ако се у огласној поруци приказује резултат цртања, израде, склапања, моделовања и слично, способност за остварење овог резултата мора да одговара просечној способности детета или малолетника којима је огласна порука намењена.

У случају из става 4. овог члана мора се навести узраст деце, односно малолетника, којима је огласна порука намењена.

Огласна порука намењена деци или малолетницима, не сме, уз податак о цени, садржати још и вредносни суд о цени, а нарочито речи "само", "ситница", "повољно" и сл.

Огласна порука намењена деци, односно малолетницима, не сме заједно са робом или услугом која је њима намењена, препоручивати робу или услугу која није њима намењена.

Заштита здравља и развоја

Члан 24.

Забрањено је оглашавање млека, друге хране и пића за одојчад до шест месеци старости, као и прибора за њихово коришћење.

Забрањено је оглашавање које подстиче или наводи на понашање којим се угрожава здравље, физички и психички развој деце или малолетника.

Заштита интегритета

Члан 25.

Огласна порука намењена малолетницима не сме да садржи приказ насиља, укључујући и сцене насиља између анимираних ликова, лутака и слично.

Огласна порука намењена малолетницима, не сме да злоупотребљава њихово поверење у одређена лица, а нарочито према родитељима, наставницима, лекарима и слично, нарушавањем њиховог ауторитета и става.

Огласна порука намењена малолетницима не сме да сугерише да ће коришћењем робе или услуге стећи физичке, интелектуалне или друге друштвене предности над осталим малолетницима, односно да ће некоришћење робе или услуге имати супротно дејство.

Одредбе овог члана сходно се примењују и на оглашавање намењено деци.

Оглашавање у образовним и васпитним установама

Члан 26.

Оглашавање у школи, предшколској установи или другој установи намењеној деци или малолетницима није дозвољено, осим ако служи заштити општег интереса и интереса деце или малолетника, као и васпитној, образовној и спортској делатности.

2. Посебна правила у погледу начина оглашавања

а) Оглашавање у електронским медијима

П о ј а м и в р с т е о г л а ш а в а

Члан 27.

Оглашавање у електронским медијима је оглашавање у програмским садржајима радија и телевизије, као и у програмским садржајима доступним на захтев путем мрежа електронске комуникације, у замену за новчану или другу накнаду или из самопромотивних разлога.

Оглашавање у електронским медијима се врши путем слика са или без звука (аудио-визуелна комерцијална комуникација) или путем звука и то као: телевизијско или радијско оглашавање, спонзорство, телевизијска или радијска продаја и пласирање производа.

Оглашавање у електронским медијима мора бити јасно препознатљиво.

Оглашавање у програмима који се реемитују на територији Републике Србије у складу са прописима о електронским медијима и одредбама Европске конвенције о прекограничној телевизији ("Службени гласник РС - Међународни уговори", број 42/09) дозвољено је само ако је то оглашавање саставни део изворног програма, односно ако таквим оглашавањем није измењен или прекидан изворни програм (прекинут ток сигнала).

П л а с и р а њ е п р о и з в о

Члан 28.

Пласирање производа је вид оглашавања у електронским медијима који се састоји у приказивању или упућивању на робу, услугу, жиг или другу ознаку у току програмских садржаја, и то тако да је приказивање или упућивање интегрисано у садржај и да чини његов саставни део, а у замену за новчану или другу накнаду.

Пласирање производа је забрањено.

Изузетно од забране из става 2. овог члана дозвољено је пласирање производа:

1) у играним филмовима, телевизијским филмовима, играним серијама, спортским и забавним емисијама, осим ако нису

намењени искључиво деци; или

2) ако се одређена роба или услуга приказује унутар програмског садржаја као продукцијски реквизит или награда, при чему се то не чини у замену за финансијску накнаду, већ се роба или услуга уступају или пружају бесплатно у замену за њихово појављивање или помињање у том програмском садржају.

Пласирање производа из става 3. тачка 2) овог члана забрањено је у вестима, програмима о актуелним друштвено-политичким догађајима и дечијим програмима када се пласирање робе у таквим програмима врши у замену за накнаду, осим у спортским вестима и временској прогнози.

Регулаторно тело за електронске медије ближе уређује услове и начин приказивања и упућивања на робу, услугу, жиг или друге ознаке из става 1. овог члана у програмским садржајима.

З а б р а њ е н и н а ч и н и п а д р ж р а ј

Члан 29.

У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

- 1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;
 - 2) непримерено појављивање робе, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима робе или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;
 - 3) утицање на садржај и распоред емитовања на начин којим се угрожава уређивачка независност пружаоца медијске услуге.
- Предмет пласирања производа не сме бити роба, услуга или жиг чије је оглашавање у електронским медијима забрањено.

О б а в е ш т е њ е о п л а с и р

Члан 30.

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

Време трајања пласирања производа не урачунава се у време трајања телевизијског оглашавања и телевизијске продаје у току једног пуног сата емитовања програма.

Регулаторно тело за електронске медије ближе уређује облик, трајање и место обавештавања о пласирању производа.

Члан 30а

Одредбе чл. 28-30. овог закона односе се само на програмске садржаје који су произведени након 13. августа 2014. године.

Т е л е в и з и ј с к о и р а д и п ј р с о к д о а ј о

Члан 31.

Телевизијско, односно радијско оглашавање је вид оглашавања у електронским медијима који се састоји у објављивању огласних порука у телевизијском, односно радијском програму (у даљем тексту: ТВ оглашавање).

Телевизијска, односно радијска продаја је вид оглашавања у електронским медијима који се састоји у објављивању огласних порука (поруке ТВ продаје и радијске продаје), у телевизијском, односно радијском програму, које садрже понуду или позив на понуду за закључење уговора који за предмет има робу, услугу, непокретности, као и права и обавезе (у даљем тексту: ТВ продаја).

Регулаторно тело за електронске медије ближе уређује начин и услове емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје.

Одредбе овог закона које се односе на ТВ оглашавање и ТВ продају сходно се примењују на радијско оглашавање и радијску продају.

П р е п о з н а т љ и в о с т

Члан 32.

ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.

Е м и т о в а њ е Т В о г л а ш а в њ а и ж о в ю

Члан 33.

ТВ оглашавање и ТВ продаја, по правилу, емитује се у блоку и између појединачних емисија, тако што се без прекида емитује више огласних порука, односно порука ТВ продаје.

Изузетно од става 1. овог члана дозвољено је емитовање појединачне огласне поруке, односно поруке ТВ продаје ако је то неопходно с обзиром на дужину трајања огласне поруке или поруке ТВ продаје или природу програмског садржаја чије се емитовање прекида.

Изузетно од става 1. овог члана, емитовање одређене емисије може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје, ако се на тај начин не повређује интегритет емисије, имајући у виду природне паузе, њено трајање и природу, и права имаоца ауторског и сродног права.

Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.

Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање дечије емисије може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје ако је предвиђено трајање емисије дуже од 30 минута, и то једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.

Пренос верског обреда не може се прекидати ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје.

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

Е м и т о в а њ е Т В о г л а ш а в а њ а

Члан 34.

ТВ оглашавање, односно ТВ продаја могу се емитовати упоредо са емисијом која је у току, односно не прекидајући њен временски континуитет, уз коришћење електронско-графичких или других техничких средстава (нпр. виртуелно оглашавање, подела екрана, натписи на екрану, инсертери и сл.) под следећим условима:

1) ако се на тај начин не повређује интегритет емисије, имајући у виду природне паузе, њено трајање и природу и права имаоца ауторског и сродног права;

2) ако су звуком, сликом или просторно одвојене од програмског садржаја током чијег трајања се емитују и ако то не омета праћење програмског садржаја.

Трајање ТВ оглашавања, односно ТВ продаје емитованих на начин из става 1. овог члана, урачунава се у укупно време оглашавања у једном пуном сату емитованог програма.

Између емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје на начин из става 1. овог члана и емитовања огласних порука на начин из члана 33. ст. 1. и 2. овог закона мора протећи најмање пет минута.

Између емитовања појединих облика ТВ оглашавања и ТВ продаје на начин из става 1. овог члана мора протећи најмање пет минута.

Забрањено је истовремено емитовање различитих облика ТВ оглашавања, односно ТВ продаје на начин из става 1. овог члана.

Забрањено је емитовање ТВ оглашавања, односно ТВ продаје на начин из става 1. овог члана у емисијама вести, емисијама искључиво намењеним деци или малолетницима, верским емисијама и програмима о актуелним друштвено-политичким догађајима.

Регулаторно тело за електронске медије ближе уређује облике и услове емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје из става 1. овог члана.

Т р а ј а њ е Т В о г л а ш а в а

Члан 35.

У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.

У оквиру једног пуног сата емитованог програма установе јавног медијског сервиса и пружаоца медијске услуге цивилног сектора, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 10% времена.

Један пуни сат емитованог програма сматра се сат који започиње у нултој и завршава се истеком 59. минуте (нпр. 00:00:00-00:59:59), без обзира на то у којем моменту је пружалац медијске услуге одређеног дана започео да емитује програм.

Преноси међународних спортских догађаја од националног значаја, обухваћени листом најважнијих догађаја од посебног значаја за све грађане, посредством установа јавног медијског сервиса, могу се прекидати ТВ оглашавањем и ТВ продајом најдуже девет минута по сату, с тим да укупно дневно емитовање ТВ оглашавања и ТВ продаје може трајати најдуже 10% од укупног дневно емитованог спортског програма.

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

С а д р ж а ј и ч и ј е с е т р а ј а њ а њ ђ п р о д а ј е

Члан 36.

У укупно време трајања ТВ оглашавања и ТВ продаје у једном пуном сату емитованог програма не урачунавају се:

- 1) најаве садржаја у сопственом програму;
- 2) најаве споредних производа непосредно произашлих из програма;
- 3) обавештења о спонзору;
- 4) гласирање производа;
- 5) саопштења од јавног интереса, ако су емитована без накнаде;
- 6) позиви на добротворне акције, ако су емитовани без накнаде;
- 7) ТВ продаја као посебан програмски садржај;
- 8) најавне и одјавне шпике за емитовање ТВ оглашавања и ТВ продаје, осим ако садрже огласну поруку или поруку ТВ продаје;
- 9) обавештења о производима савременог културно-уметничког стваралаштва и других садржаја из области културе које је финансијски подржало министарство надлежно за послове културе, или које је одобрио Национални савет за културу.

Најавама садржаја у сопственом програму пружаоца медијске услуге (тзв. промо садржаји) из става 1. тачка 1) овог члана, сматрају се садржаји којима пружалац медијске услуге најављује или препоручује програмске садржаје који ће бити емитовани у програму у коме се емитује та најавна или у неком другом његовом програму (нпр. ако емитује више програма), при чему се они не урачунавају у време трајања ТВ оглашавања и ТВ продаје, без обзира на начин њиховог емитовања (нпр. емитовање између појединих емисија или у току емисије, најавна водитеља, емитовање путем поделе екрана или натписа на екрану и др.).

Најавама споредних производа непосредно произашлих из програма из става 1. тачка 2) овог члана сматрају се садржаји којима се препоручују производи или услуге које непосредно проистичу из програмског садржаја који је у сопственој продукцији пружаоца медијске услуге, а омогућавају корисницима медијских услуга да потпуније и квалитетније комуницирају у вези са тим програмским садржајем или да остваре бољу интеракцију са тим програмским садржајем.

Саопштењем од јавног интереса из става 1. тачка 5) овог члана сматра се саопштење којим државни органи или други носиоци јавне власти, у оквиру вршења послова из свог делокруга, врше јавно обавештавање о активностима и мерама које су од значаја за грађане (нпр. јавни позиви, обавештења, јавне кампање и сл.).

Позивом на добротворну акцију из става 1. тачка 6) овог члана сматра се саопштење непрофитне или друге организације о добротворним или хуманитарним акцијама, а нарочито њихов позив да се учествује у овим акцијама.

Т В п р о д а ј а к а о п о с е б а

Члан 37.

Емитовањем ТВ продаје као посебног програмског садржаја сматра се емитовање ТВ продаје као посебне емисије која представља засебну програмску целину у оквиру програма и одвојена је од остатка програма одговарајућом шпиком.

Посебна емисија ТВ продаје мора бити јасно обележена сликом и звуком, и то посредством најавне и одјавне шпике која садржи текстуално обавештење из чијег садржаја јасно проистиче да је реч о посебној емисији ТВ продаје (ТВ продаја или ТВ куповина) и мора да траје 15 минута непрекидно.

ТВ продаја као посебан програмски садржај не може се емитовати у оквиру друге емисије, већ само између појединих емисија.

Забрањена је ТВ продаја медицинских производа који подлежу режиму дозволе за стављање у промет.

б) *Оглашавање у штампаним медијима*

Члан 38.

Штампани медији су, у смислу овог закона, дневне и периодичне новине и друга штампана средства јавног информисања.

Дигитална издања дневних и периодичних новина, односно других штампаних средстава јавног информисања, која су једнака

штампаном издању и доступна на захтев корисницима путем интернета, сматраће се штампаним медијима у смислу овог закона.
На оглашавање у штампаним медијима примењују се одредбе овог закона.

в) *Оглашавање на отвореним површинама*

П о ј а м

Члан 39.

Оглашавање на отвореним површинама јесте вид оглашавања путем средства подесног за трајно упућивање огласне поруке јавности, постављеног на површинама које су изван затвореног простора, које су доступне јавности, односно неодређеном броју прималаца.

Неће се сматрати оглашавањем на отвореним површинама оглашавање у оквиру затвореног простора који је доступан јавности, односно неодређеном броју прималаца огласне поруке, без обзира на посебне просторне целине у оквиру таквог простора (нпр. тржни центри, хотели, болнице и сл.).

Средства за оглашавање на отвореним површинама, по правилу су огласни пано (билборд), плакат, дисплеј, светлеће ознаке и сл.

З а ш т и т а с и г у р н о с т и л и ц а

Члан 40.

Оглашавањем на отвореним површинама не сме се повредити интерес заштите сигурности пешака, моторних возила и других учесника у саобраћају или интерес очувања и унапређења изгледа јединице локалне самоуправе, заштите културно-историјских споменика или други јавни интерес, односно услов сигурности лица и ствари.

Услове и начин оглашавања из става 1. ближе уређује јединица локалне самоуправе.

П о с т а в љ а њ е о г л а с н и х п а н о а

Члан 41.

На отворене површине којима државни орган или орган јединице локалне самоуправе управљају или су овлашћени да одређују начин управљања у складу са посебним прописима (у даљем тексту: јавне површине), огласни пано се може поставити само уз претходно одобрење надлежног органа.

Надлежни орган из става 1. овог члана доноси план постављања огласних паноа на јавним површинама и на основу тог плана расписује конкурс за избор корисника места за постављање паноа на тим површинама.

Ближи услови и критеријуми за спровођење конкурса из става 2. овог члана, укључујући начин одређивања накнаде за постављање паноа, односно других огласних средстава на јавним површинама, утврђују се актом надлежног органа јединице локалне самоуправе.

Ако су испуњени прописани услови, надлежни орган из става 1. овог члана може да одбије одобрење из става 1. овог члана ако утврди да је то неопходно из разлога заштите сигурности пешака, моторних возила и других учесника у саобраћају или другог јавног интереса, односно услова сигурности лица и ствари.

П о с т а в љ а њ е п л а к а т а

Члан 42.

Оглашавање на плакату који се поставља на јавној површини је дозвољено ако је:

- 1) јавна површина за постављање плаката актом јединице локалне самоуправе одређена за те намене;
- 2) за постављање плаката на јавној површини потребна дозвола јединице локалне самоуправе, по прибављању те дозволе.

П о с т а в љ а њ е о с т а л и х о в р ш т и н а

Члан 43.

Постављање огласних порука на објектима који се налазе на јавним површинама (стубови, балони, стајалишта јавног превоза, екрани, електронски дисплеји, светлећа слова и слично), врши се у складу са правилима која важе за постављање огласних паноа из члана 41. овог закона.

П о с т а в љ а њ е п л а к а т а о с и т а д л р и у м и

Члан 44.

На површинама које нису јавне, постављање плаката и других огласних средстава дозвољено је само уз сагласност власника, односно лица које располаже одговарајућим правом или овлашћењем.

г) *Интернет оглашавање*

Члан 45.

Интернет оглашавање је оглашавање на интернет презентацији, друштвеној мрежи, апликацији, односно путем другог вида интернет комуникације, када из садржаја огласне поруке несумњиво произлази да је усмерена на примаоце огласне поруке из Републике Србије и да се роба или услуга која се оглашава може купити, односно испоручити на територији Републике Србије.

Сматраће се да је огласна порука усмерена на примаоца поруке у Републици Србији нарочито ако:

- 1) упућује на адресу пословница где се може набавити роба или услуга која се оглашава (ако су у Републици Србији), или
- 2) користи српски језик или домаћу валуту, или
- 3) користи страни језик или страну валуту, али омогућава испоруку робе, односно услуге која се оглашава на територији Републике Србије.

Интернет оглашавање се, по правилу, врши путем банера, контекстуалних порука и менија, специјализованих онлајн магазина и сл.

Не сматра се оглашавањем у смислу става 1. овог члана презентација на сопственом интернет домену (интернет страници).

Када је преносилац огласне поруке пружалац услуге информационог друштва, у смислу закона којим се уређује електронска трговина, дужан је да током трајања оглашавања и 30 дана након престанка оглашавања обезбеди јасну идентификацију лица које

се оглашава.

Када је преносилац огласне поруке пружалац услуге информационог друштва, у смислу закона којим се уређује електронска трговина, није одговоран за садржај послате поруке и њено упућивање, ако није:

- 1) иницирао пренос;
- 2) извршио одабир података или докумената који се преносе;
- 3) изузео или изменио податке у садржају поруке или докумената;
- 4) одабрао примаоца преноса.

Ако у поступку инспекцијског надзора, надлежни орган утврди да је садржај огласне поруке из става 1. овог члана у супротности са одредбама овог закона, наложиће решењем преносиоцу огласне поруке из става 6. овог члана да такву поруку уклони и оставити му за то примерени рок, који не може бити краћи од три нити дужи од осам дана рачунајући од дана пријема решења.

Преносилац огласне поруке из става 6. овог члана, који не поступи у складу са решењем из става 7. овог члана и у року назначеном тим решењем, сматраће се одговорним за садржај огласне поруке, и могу му се изрећи све мере које су предвиђене овим законом.

Одредбе овог закона сходно се примењују и на интернет оглашавање, осим одредби члана 19. и члана 20. Члан 20. овог закона се изузетно примењује уколико су испуњени услови из става 8. овог члана.

3. Посебна правила с обзиром на предмет оглашавања

Ограничења оглашавања алкохолних пића

Члан 46.

Оглашавање алкохолних пића, укључујући свако истицање жига или друге ознаке алкохолног пића, није дозвољено.

Дозвољено је истицање алкохолних пића, односно жига или друге ознаке алкохолног пића на продајном месту, објављивање, као и достављање појединачно одређеном пунолетном лицу које је претходно дало сагласност за то, обавештења о квалитету и другим својствима алкохолног пића на продајном месту, сајамском штанду, у стручним књигама, часописима и другим стручним публикацијама које су намењене искључиво произвођачима или продавцима тих производа, као и коришћење жига или друге ознаке алкохолног пића и произвођача алкохолног пића на средствима пословне комуникације и пословне репрезентације.

Изузетно од забране оглашавања из става 1. овог члана, дозвољено је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола мањим од 20%:

- 1) на јавном простору, на месту које је удаљено најмање 100 метара ваздушном линијом од најближе тачке комплекса предшколске, школске, здравствене или установе намењене малолетницима;
- 2) на превозним средствима, осим средствима јавног превоза (аутобус, трамвај, такси и сл.);
- 3) путем електронских медија, у биоскопима, позориштима или другим просторима где се врши приказивање односно извођење представа, у термину од 18:00 до 06:00 часова, осим ако су тематски или циљно намењене деци или малолетницима;
- 4) у вези и на спортским догађајима;
- 5) путем интернет оглашавања.

Изузетно од забране оглашавања из става 1. овог члана, дозвољено је оглашавање алкохолних пића у штампаним медијима, осим ако су циљно или тематски намењени деци или малолетницима.

Изузетно од забране оглашавања из става 1. овог члана, дозвољено је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола већим од 20% у електронским медијима у термину од 23:00 до 06:00 часова.

Забрањени начини оглашавања алкохолних пића

Члан 47.

Забрањено је у оглашавању приказивати употребу или опонашање употребе алкохолних пића.

Оглашавање алкохолних пића не сме да:

- 1) наводи на прекомерну употребу алкохолних пића, нити да приказује лица која су под дејством алкохола;
- 2) наводи на то да је алкохолисано стање прихватљиво, нити да приказује уздржавање од пића или умереност у негативном светлу;
- 3) посредно или непосредно буде усмерено на децу или малолетнике, нити да приказује децу или малолетнике у контексту употребе алкохолних пића;
- 4) повезује употребу алкохолних пића са побољшаном физичком кондицијом нити вођњом;
- 5) наводи нити асоцира на насилно, агресивно, незаконито, опасно или друго противдруштвено понашање;
- 6) употребу алкохола повезује са храброшћу, нити да ствара утисак да употреба алкохолних пића доприноси друштвеном или сексуалном успеху;
- 7) приказује труднице, нити да повезује трудноћу или материнство са употребом алкохола;
- 8) повезује њихову употребу са здравим начином живота;
- 9) истиче висок проценат алкохола као позитивно својство алкохолног пића;
- 10) садржи тврдњу да алкохолно пиће има терапеутско дејство или да је стимуланс, седатив или средство за решавање конфликтних ситуација.

Оглашавање престанка, одвикавања и борбе против алкохолизма

Члан 48.

Одредбе овог закона о оглашавању алкохолних пића не односе се на огласну поруку којом се препоручује престанак конзумације алкохолних пића, одвикавање од зависности од употребе алкохолних пића и борба против алкохолизма.

У огласној поруци из става 1. овог члана забрањено је користити жиг или другу ознаку алкохолних пића или произвођача тих пића.

Упозоравајућа порука

Члан 49.

Огласна порука којом се оглашава алкохолно пиће мора да садржи и упозоравајућу поруку којом се упућује на забрану продаје и служења алкохолних пића деци или малолетницима.

Огласна порука којом се оглашава алкохолно пиће мора да садржи упозорење на одговорну употребу алкохолних пића.

Сматраће се да огласна порука садржи упозоравајућу поруку из става 1. овог члана и упозорење на одговорну употребу алкохолних пића из става 2. овог члана, ако садржи прописани знак забране продаје и служења алкохолних пића деци или

малолетницима и прописани знак штетности прекомерне употребе алкохолних пића.

Министар надлежан за послове трговине прописује изглед и садржину знакова из става 3. овог члана.

Забрана оглашавања дуванских производа

Члан 50.

Забрањено је оглашавање дувана и дуванских производа, укључујући свако истицање жига или друге ознаке произвођача тих производа.

Забрањена је дистрибуција бесплатних дуванских производа потрошачима.

Забрањено је истицање жига или друге ознаке произвођача дувана и дуванског производа из става 1. овог члана и у огласној поруци којом се не оглашава произвођач дувана и дуванског производа, укључујући и огласну поруку којом се оглашава спонзорисана активност, ако овим законом није другачије прописано.

Не сматра се оглашавањем из става 1. овог члана, излагање дуванских производа на продајном месту за који је издата дозвола надлежног органа за трговину на мало дуванским производима, у складу са прописима о промету дуванских производа.

Не сматра се оглашавањем из става 1. овог члана истицање, односно објављивање, као ни достављање појединачно одређеном пунолетном лицу које је претходно дало сагласност за то, обавештења о квалитету и другим својствима дувана, односно дуванских производа на продајном месту из става 4. овог члана, у стручним књигама, часописима и другим стручним публикацијама које су намењене искључиво произвођачима или продавцима тих производа, као ни коришћење робне марке или друге ознаке произвођача дуванских производа на средствима пословне комуникације и пословне репрезентације тог произвођача.

Обавештење из става 5. овог члана садржи обавештење о саставу, филтеру, паковању, укусу, пореклу, односно друге релевантне податке о квалитету и својствима дуванских производа, а обавезно садржи здравствено упозорење законом прописане садржине, на најмање 10% површине приказа тог обавештења.

Дувански производ у обавештењу из става 5. овог члана може бити приказан као затворена паклица цигарета или затворено паковање другог дуванског производа, односно као једна цигарета или други дувански производ, и може садржати важећу малопродајну цену дуванског производа, одређену и објављену у складу са законом.

Опрема за излагање дуванских производа на продајном месту, као и обавештење из става 5. овог члана, не сме да садржи ликове, звучне или покретне, светлосне (трепћуће) ефекте или било који други атрактиван садржај који би био нарочито пријемчив за децу или малолетнике.

Обавештење из става 5. овог члана не може да садржи друге изјаве на српском или страном језику, ако се не односе на квалитет и друга својства дувана и дуванских производа.

Ако је продајно место из става 4. овог члана, простор у којем се обавља и угоститељска делатност, не сматра се забрањеним оглашавањем из става 1. овог члана излагање дуванских производа у непосредној близини касе, истицање, односно објављивање обавештења из става 5. овог члана, као ни истицање робне марке, односно жига дуванских производа на ценовнику или прибору за пушење (нпр. пепеларе, упалјачи, шибице и сл.) у делу простора који је изузет од забране пушења.

Забрана приказивања пушења

Члан 51.

Забрањено је у огласној поруци приказивати пушење или опонашање пушења, односно употребу дуванских производа, као и дуванског дима.

Оглашавање борбе против пушења

Члан 52.

Забране и ограничења прописана овим законом за оглашавање дуванских производа, не односе се на оглашавање које има за циљ превенцију употребе дувана, односно дуванских производа или превенцију изложености дуванском диму, укључујући средства за одвикавање од пушења.

У оглашавању из става 1. овог члана није дозвољено користити жиг или другу ознаку произвођача дуванских производа.

Електронске цигарете

Члан 53.

На оглашавање електронских цигарета, течности и делова за електронске цигарете, као и других производа који по својој функцији представљају или замењују цигарете и друге дуванске производе сходно се примењују правила о оглашавању дуванских производа.

Ограничења места оглашавања игара на срећу

Члан 54.

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

Забрањено је оглашавање класичних и посебних игара на срећу на интернет страницама које су тематски или циљно намењене деци или малолетницима.

Забрањено је оглашавање класичних и посебних игара на срећу (игре које се приређују у играчницама-казинима, на аутоматима, клађење на спортске резултате) у радио и телевизијским емисијама које су намењене деци или малолетницима, као и у штампаним медијима намењеним тим лицима.

Забрањено је оглашавање срећки и тикета (листића), који не могу бити предмет продаје, уступања, издавања и сваког другог представљања на територији Републике Србије у складу са законом који уређује игре на срећу.

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

Ограничења садржине оглашавања игара на срећу

Члан 55.

Оглашавање игара на срећу не сме да:

- 1) садржи неосноване изјаве о шансама за добитак или приходима који учесници могу да очекују у играма на срећу;
- 2) сугерише да вештина може утицати на исход игре уколико то није случај;
- 3) временом, местом или природом оглашавања врши посебан притисак ради учествовања у играма на срећу или омаловажавања неучествовања (охрабрујући учеснике у играма на срећу да поврате губитак и сл.);
- 4) представља учествовање у играма на срећу као друштвено пожељно или повезује учествовање у играма на срећу са успехом или положајем у друштву;
- 5) сугерише да учествовање у играма на срећу може представљати начин решавања друштвених, професионалних или личних проблема;
- 6) сугерише да учествовање у играма на срећу може представљати замену за запослење, решење финансијских проблема или финансијску инвестицију.

Време оглашавања игара на срећу

Члан 56.

Оглашавање класичних и посебних 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 циљно намењене деци или малолетницима.

Оглашавање класичних и посебних игара на срећу мора да садржи упозорење о забрани учествовања деци или малолетницима.

Оглашавање класичних и посебних игара на срећу 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.

Оглашавач 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.

На оглашавање подстицаја за учествовање у класичним и посебним играма на срећу (промоцију продајних подстицаја), сходно се примењују ограничења из ст. 1. и 2. овог члана.

На оглашавање наградних игара у роби и услугама сходно се примењују одредбе овог члана, осим одредаба ст. 2. и 3. тач. 2) и 3).

Наградне игре

Члан 57.

Дозвољено је оглашавање наградних игара које нису игре на срећу (квизови знања, вештина, лицитације и сл.) под условом да приређивач на јасан и разумљив начин у оглашавању истакне правила игре, врсту и висину награде, односно тарифу из члана 17. овог закона.

Здравствене изјаве и изјаве о нутритивним својствима

Члан 58.

Оглашавање које садржи тврдње о здравственом, лековитом или нутритивном својству робе или услуге која се оглашава (здравствена или изјава о нутритивном својству), мора да се заснива на одговарајућим научним или стручним налазима, односно такво својство, односно изјава морају бити потврђени и одобрени у складу са посебним прописима.

Опојне дроге и друге психоактивне контролисане супстанце

Члан 59.

Забрањено је оглашавање опојних дрога.

Оглашавање других психоактивних контролисаних супстанци врши се под условима и на начин предвиђен овим законом и законом који уређује психоактивне контролисане супстанце.

Ограничења оглашавања порнографије

Члан 60.

Забрањено је оглашавање чији је садржај порнографски, осим у порнографским јавним гласилима.

Огласна порука чији садржај није порнографски, а која упућује на порнографију (хот-лајн, огласна порука за порнографску штампу, филмове и слично) забрањена је, осим на програмима телевизије и радија у времену од 00:00 до 05:00 часова, и у порнографским јавним гласилима.

Забрањено је оглашавање из става 2. овог члана које упућује на порнографију у специјализованим телевизијским и радио програмима намењеним деци или малолетницима, као и у телевизијским и радио програмима у којима се, у временском периоду из става 2. овог члана, емитују емисије намењене деци или малолетницима, или чију публику у значајном делу чине таква лица.

Ограничење оглашавања наоружања и војне опреме

Члан 61.

Забрањено је оглашавање наоружања и војне опреме.

Изузетно, наоружање и војна опрема може се оглашавати само стручној јавности, коју чине овлашћени произвођачи и овлашћени трговци наоружањем и војном опремом и држава и њене оружане снаге као овлашћени купци, путем специјализованих часописа или директног оглашавања.

Оглашавање спортског и ловачког оружја, делова тог оружја и муниције за то оружје, дозвољено је.

IV. ДИРЕКТНО ОГЛАШАВАЊЕ

Појам

Члан 62.

Директно оглашавање је упућивање огласне поруке именованом или на други начин појединачно одређеном лицу.

Директно оглашавање врши се:

1) на даљину, путем доставе писмена или других адресираних пошиљки, убацавањем пошиљки у кућни сандучић за пошту или на други начин остављање у одређеном стамбеном или пословном простору, електронском поштом или другим видом непосредне електронске комуникације;

2) непосредним обраћањем, уручивањем материјала који садржи огласну поруку или на други начин путем личне комуникације (презентација, промоција, путем телефона и сл.).

Услови за директно оглашавање

Члан 63.

За директно оглашавање према физичким лицима потребна је њихова претходна сагласност.

Сагласност која је дата у смислу става 1. овог члана, може се опозвати у сваком моменту, а оглашивач, односно преносилац огласне поруке, мора то да омогући.

Директно оглашавање према физичким лицима се врши у складу са правилима о оглашавању путем средстава комуникације на даљину у складу са прописом који уређује заштиту потрошача.

Ако се лица из става 3. овог члана успротиве директном оглашавању, оглашивач, односно преносилац огласне поруке је дужан да убудуће обустави такав вид оглашавања.

Ограничење из става 1. овог члана не односи се на оглашавање према лицима која обављају професионалну или пословну делатност, у вези са том делатношћу (пословна комуникација).

V. СПОНЗОРСТВО

Појам и примена правила о оглашавању

Члан 64.

Спонзорство јесте сваки вид финансијске или друге подршке спонзора другом правном или физичком лицу или његовим активностима у циљу промоције спонзоровог имена, назива или жига, активности или производа.

Не сматра се спонзорством из става 1. овог члана када пружалац медијских услуга или произвођач аудио-визуелних дела учествује у финансирању медијских услуга или програмских садржаја.

Забрањено је спонзорство вести и других информативних садржаја, осим спортских вести и временске прогнозе.

На спонзорство се сходно примењују општа правила о оглашавању.

Забрана довођења у заблуду

Члан 65.

Спонзорство мора бити јасно означено.

Спонзорисани програмски садржај мора бити јасно означен као такав навођењем имена, знака или другог симбола спонзора (нпр. означавањем имена робе или услуге или другог препознатљивог знака спонзора) на почетку и на крају, а може и током програмског садржаја.

Ако се спонзоришу дечији и верски програмски садржаји означавање из става 2. овог члана дозвољено је само на почетку и на крају таквог садржаја.

Спонзорство не сме имитацијом другог спонзора, његове активности или на други начин доводити у заблуду примаоца огласне поруке у погледу идентитета спонзора, спонзорисаног лица или активности, делатности спонзора, својстава њихових производа, њиховог утицаја и потенцијалних опасности по здравље.

Када медијске услуге или програмске садржаје спонзорише правно или физичко лице чија делатност укључује производњу или продају медицинских средстава и пружање здравствених услуга, спонзорисана услуга или садржај могу промовисати име, односно назив спонзора.

Медијске услуге или програмске садржаје не могу спонзорисати државни органи и организације и политичке организације.

Регулаторно тело за електронске медије ближе уређује садржину обавештења, начине емитовања и време емитовања обавештења о спонзору, као и услове коришћења назива или другог симбола спонзора као назива спонзорисаног програмског садржаја.

Заштита интегритета

Члан 66.

Спонзор не може ограничавати креативну слободу спонзорисаног лица, његова права на самостално управљање, одређивање циља и садржаја спонзорисане активности.

Спонзор не сме да утиче на садржину спонзорисаних аудио-визуелних медијских услуга или програмских садржаја, нити на распоред њиховог приказивања код телевизијског емитовања, на начин којим се утиче на одговорност и уређивачку независност пружаоца медијске услуге.

Уговор закључен противно ставу 1. овог члана, ништав је.

Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.

Спонзор не може спонзорисањем угрозити интегритет уметничког, спортског или културног садржаја спонзорисане активности и не може да нашкоди угледу спонзорисаног лица.

Спонзорисано лице спонзорисаном активношћу не може мењати назив, односно име спонзора, његов робни или услужни жиг, нити може на други начин да угрози углед или имиџ спонзора.

Спонзорство произвођача алкохолних пића

Члан 67.

Оглашивач алкохолних пића, не може да спонзорише медије, спортисте, спортске клубове, спортска такмичења, укључујући и спонзорисање појединачца, односно учесника тих манифестација.

Оглашивач алкохолних пића, не може да спонзорише децу и малолетнике, њихове активности, као ни лица или активности чију публику претежно чине деца или малолетници.

Забрана из става 1. овог члана не односи се на оглашивача алкохолних пића са садржајем алкохола мањим од 20%.

Забрана из става 1. овог члана не односи се на спонзорисање штампаних медија и догађаја чији су штампани медији организатор, осим ако су циљно и тематски намењени деци или малолетницима.

На оглашавање спонзорисаних догађаја чији је спонзор оглашивач алкохолних пића примењују се одредбе овог закона о

оглашавању алкохолних пића.

Свако спонзорство произвођача алкохолних пића мора да упозорава на одговорну употребу алкохолних пића или да садржи упозоравајућу поруку из члана 49. овог закона.

Спонзорство приређивача игара на срећу

Члан 68.

Приређивач класичних и посебних игара на срећу не може да спонзорише децу или малолетнике, њихове активности, као ни лица или активности чију публику претежно чине деца или малолетници.

Забрана спонзорства произвођача дуванских производа

Члан 69.

Оглашивач дуванских производа не може да спонзорише медије, програмске саджаје, спортисте, спортске клубове, спортска такмичења, укључујући и спонзорисање појединаца, односно учесника тих манифестација.

Оглашивач дуванских производа не може да спонзорише децу или малолетнике, њихове активности, као ни лица или активности чију публику претежно чине деца или малолетници.

У случајевима спонзорства које није забрањено у смислу става 1. овог члана, дозвољено је коришћење пословног имена и жига произвођача дуванских производа у просторима намењеним учесницима спонзорисаних скупова и публици спонзорисаних догађаја.

Коришћење пословног имена и жига произвођача дуванских производа није дозвољено на сцени и у сценографији културног догађаја, односно на други упадљив начин којим би се обезбедила њихова видљивост током евентуалног телевизијског преноса или снимка догађаја.

Коришћење имена и жига произвођача дуванских производа није дозвољено у огласним порукама којима се оглашава спонзорисани догађај.

На спонзорство произвођача електронских цигарета сходно се примењују одредбе овог члана.

VI. ПРАВНА ЗАШТИТА

Чување огласне поруке и података о огласној поруци

Члан 70.

Оглашивач је дужан да 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.

Оглашивач је дужан да на захтев заинтересованог лица, најкасније у року од пет дана од дана пријема захтева, омогући увид у огласну поруку, односно податке из става 1. овог члана.

Заинтересовано лице из става 2. овог члана је лице чије је право или интерес угрожен или повређен огласном поруком.

Оглашивач је дужан да на захтев надлежног органа из чл. 74. и 75. овог закона, најкасније у року од пет дана од дана пријема захтева, омогући увид у огласну поруку, односно податке из става 1. овог члана.

Судска заштита за обмањујуће и упоредно оглашавање

Члан 71.

Лице чије је право или интерес угрожен или повређен обмањујућим или недозвољеним упоредним оглашавањем може поднети тужбу надлежном суду којом захтева да суд наложи прекид обмањујућег, односно недозвољеног упоредног оглашавања, као и исправку огласне поруке.

Ако обмањујуће или недозвољено упоредно оглашавање још није извршено, али је његово вршење извесно, лице из става 1. овог члана може поднети тужбу надлежном суду којом се захтева забрана таквог оглашавања.

Приликом одлучивања о захтеву из ст. 1. или 2. овог члана, суд неће узимати у обзир да ли је спорним оглашавањем некоме причињена штета, односно да ли би могла бити причињена штета, као и да ли је оглашивач одговоран за то што је оглашавање обмањујуће, односно да ли је одговоран за то што је упоредно оглашавање недозвољено.

Пресудом којом усваја тужбени захтев из ст. 1. или 2. овог члана, суд налаже туженом да прекине са обмањујућим, односно недозвољеним упоредним оглашавањем или забрањује туженом вршење још неизвршеног обмањујућег, односно недозвољеног упоредног оглашавања.

Ако усвоји тужбени захтев, суд ће пресудом наложити туженом да о свом трошку објави пресуду у целости или делимично, односно да објави исправку огласне поруке, одређујући притом начин на који ће се пресуда, односно исправка објавити.

Ако овим законом није другачије одређено, на судске поступке из овог члана примењују се одредбе закона којим се уређује парнични поступак.

За спорове поводом захтева из ст. 1. или 2. овог члана надлежан је суд у складу са законом којим се уређује надлежност судова.

Привремена мера

Члан 72.

Лице чије би право или интерес могао бити повређен обмањујућим или недозвољеним упоредним оглашавањем може захтевати да суд привременом мером забрани такво оглашавање до правноснажног окончања поступка.

Предлагач мора учинити вероватним да постоји опасност наступања повреде недозвољеним оглашавањем.

Захтеви других лица

Члан 73.

Право на покретање поступка за заштиту права на начин из члана 71. овог закона имају и евидентирана удружења за заштиту потрошача, удружења чији се циљеви односе на заштиту и унапређење одређене струке или професије, као и коморе.

VII. НАДЗОР

Надзор који врше министарство, регулаторно тело и локална самоуправа

Члан 74.

Надзор над применом овог закона, ако другачије није одређено, врши министарство надлежно за послове трговине.

Надзор над применом овог закона у погледу оглашавања у електронским медијима, врши регулаторно тело за електронске медије.

Надзор над применом одредаба чл. 39. до 44. овог закона врше јединице локалне самоуправе, као поверено овлашћење.

Надзор над применом овог закона врши и други орган, организација или носилац јавног овлашћења чија је надлежност утврђена посебним прописом, ако одређена питања утврђена овим законом представљају делокруг тог органа или организације.

Инспекцијски надзор

Члан 75.

Инспекцијски надзор из члана 74. став 1. овог закона врши министарство надлежно за послове трговине, преко тржишних инспектора.

Инспекцијски надзор из члана 74. став 3. овог закона врше јединице локалне самоуправе, преко комуналних инспектора.

Права, дужности и овлашћења у вршењу надзора

Члан 76.

У вршењу надзора, односно инспекцијског надзора над применом одредаба овог закона инспектор, односно овлашћено лице, има сва права, дужности и овлашћења која су утврђена овим законом и законом који уређује поступак инспекцијског надзора надлежног инспекцијског органа, односно поступање овлашћеног лица у надзору.

У вршењу надзора из члана 74. став 2. овог закона регулаторно тело за електронске медије има овлашћења и дужности утврђене овим законом и законом којим се уређују електронски медији, а нарочито да преносиоцу огласне поруке (пружалац медијске услуге) изрекне меру у складу са законом којим се уређују електронски медији, поднесе захтев за покретање прекршајног поступка према преносиоцу огласне поруке (пружаоцу медијске услуге) и обавести надлежни орган ако постоје разлози за предузимање мера према оглашивачу.

Посебна мера

Члан 77.

Ако у вршењу надзора надлежни инспектор утврди да се оглашавање врши супротно одредбама овог закона, решењем ће забранити такво оглашавање и наложити отклањање неправилности, укључујући уклањање огласне поруке.

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.

Решење из става 1. овог члана доноси се у року од 48 сати од окончања поступка инспекцијског надзора и против истог може се изјавити жалба у року од осам дана од дана пријема, надлежном другостепенном органу.

Жалба из става 3. овог члана не задржава извршење решења.

Против решења из става 2. овог члана, може се изјавити жалба у складу са законом.

VIII. КАЗНЕНЕ ОДРЕДБЕ

Прекршаји

Члан 78.

Новчаном казном у износу од 300.000,00 до 2.000.000,00 динара, казниће се за прекршај правно лице ако:

- 1) поступи супротно чл. 7, 8, и 10. овог закона;
- 2) поступи супротно члану 11. овог закона;
- 3) врши прикривено оглашавање из члана 12. овог закона;
- 4) не означи огласну поруку ознаком препознатљивости у складу са чланом 13. овог закона;
- 5) поступи супротно члану 14. овог закона;
- 6) оглашава продајне подстицаје супротно члану 16. овог закона;
- 7) не истакне телефонску тарифу у складу са чланом 17. овог закона;
- 8) поступи супротно члану 21. овог закона;
- 9) огласном поруком намењеном деци или малолетницима злоупотреби неискуство, незнање или лаковерност детета или малолетника супротно члану 23. овог закона;
- 10) оглашава млеко, другу храну и пиће за одојчад до шест месеци старости, као и прибор за њихово коришћење супротно члану 24. овог закона;
- 11) огласном поруком намењеном деци или малолетницима не штити интегритет деце или малолетника у складу са чланом 25. ст. 1. и 3. овог закона;
- 12) врши оглашавање у образовним и васпитним установама супротно члану 26. овог закона;
- 13) врши оглашавање супротно члану 27. ст. 3. и 4. овог закона;
- 14) врши оглашавање пласирањем производа супротно чл. 28-30. овог закона;
- 15) врши ТВ оглашавање, односно ТВ продају супротно чл. 31-36. овог закона;
- 16) емитије ТВ продају као посебан програмски садржај супротно члану 37. овог закона;
- 17) постави огласни пано на јавним површинама супротно члану 41. овог закона;
- 18) поставља плакате на јавним и другим површинама супротно чл. 42. и 44. овог закона;
- 19) не обезбеди податке из члана 45. став 5. овог закона;
- 20) оглашава алкохолна пића супротно чл. 46. и 47. овог закона;
- 21) огласна порука не садржи упозоравајућу поруку, односно упозорење у складу са чланом 49. овог закона;
- 22) оглашава дуван и дуванске производе и електронске цигарете, течности и делове супротно чл. 50, 51. и 53. овог закона;
- 23) истакне, односно објави обавештење о квалитету, односно другим својствима дувана и дуванских производа и електронских цигарета, течности и делова супротно члану 50. овог закона;
- 24) оглашава игре на срећу супротно чл. 54-56. овог закона;
- 25) оглашава наградне игре супротно члану 57. овог закона;
- 26) оглашава робу или услугу за које износи тврдње о здравственим, лековитим или нутритивним својствима супротно члану 58. овог закона;
- 27) оглашава опојне дроге и друге психоактивне супстанце из члана 59. овог закона;
- 28) оглашава порнографију, супротно члану 60. овог закона;
- 29) оглашава оружје супротно члану 61. овог закона;
- 30) врши директно оглашавање супротно члану 63. овог закона;
- 31) поступи супротно члану 64. став 3. овог закона;
- 32) поступи супротно члану 65. овог закона;
- 33) поступи супротно члану 66. овог закона;
- 34) спонзорише медије, спортисте, спортске клубове, спортска такмичења, укључујући и спонзорисање појединаца, односно учесника тих манифестација, као и децу или малолетнике супротно члану 67. овог закона;
- 35) спонзорише децу или малолетнике, њихове активности, као и лица или активности чију публику претежно чине деца или малолетници супротно члану 68. овог закона;
- 36) спонзорише медије, спортисте, спортске клубове, спортска такмичења, укључујући и спонзорисање појединаца, односно учесника тих манифестација, као и децу или малолетнике супротно члану 69. ст. 1. и 2. овог закона;
- 37) у случајевима спонзорства које није забрањено, користи пословно име и жиг произвођача дуванских производа супротно

члану 69. ст. 3-5. овог закона;

38) 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;

39) не изврши решење из члана 77. овог закона.

За радње из става 1. овог члана казниће се физичко лице или одговорно лице у правном лицу новчаном казном од 50.000,00 до 150.000,00 динара.

За радње из става 1. овог члана казниће се предузетник новчаном казном од 50.000,00 до 500.000,00 динара.

За радње из става 1. овог члана казниће се одговорно лице у органу Републике Србије, Аутономне покрајине или јединице локалне самоуправе новчаном казном од 50.000,00 до 150.000,00 динара.

Заштитна мера

Члан 79.

Уз прекршајну казну из члана 78. став 1. овог закона, правном лицу се може изрећи заштитна мера забране вршења одређене делатности у трајању од шест месеци до годину дана, као и заштитна мера јавног објављивања пресуде.

Уз прекршајну казну из члана 78. став 2. овог закона, одговорном лицу у правном лицу може се изрећи заштитна мера забране вршења одређених послова у трајању од шест месеци до годину дана.

Уз прекршајну казну из члана 78. став 3. овог закона, предузетнику се може изрећи заштитна мера забране вршења одређених делатности у трајању од шест месеци до годину дана.

IX. ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 80.

Даном почетка примене овог закона престају да важе одредбе:

- 1) Закона о оглашавању ("Службени гласник РС", бр. 79/05 и 83/14 - др. закон);
- 2) члана 11. Закона о заштити потрошача ("Службени гласник РС", број 62/14);
- 3) члана 4. тач. 12)-16), члана 56-59, члана 67, члана 111. став 1. тач. 2)-4) и тачке 6), и члана 111. став 2. тач. 2)-4) и тачке 6) Закона о електронским медијима ("Службени гласник РС", број 83/14).

Члан 81.

Овај закон ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у "Службеном гласнику Републике Србије", а примењује се по истеку три месеца од дана ступања на снагу.