NN 106/2022 (14.9.2022.), Pravilnik o načinu i trajanju označavanja programa pod pokroviteljstvom

VIJEĆE ZA ELEKTRONIČKE MEDIJE

1565

Na temelju članka 22. stavak 7. Zakona o elektroničkim medijima (»Narodne novine« broj 111/21), na sjednici 33-22, od 7. rujna 2022. Vijeće za elektroničke medije donosi

PRAVILNIK

O NAČINU I TRAJANJU OZNAČAVANJA PROGRAMA POD POKROVITELJSTVOM

Članak 1.

Ovim Pravilnikom propisuje se način i trajanje označavanja pokroviteljstva audiovizualnih medijskih usluga i programa te sadržaja elektroničkih publikacija.

Članak 2.

(1) Pokroviteljstvo je svaki doprinos javnih ili privatnih gospodarskih subjekata ili fizičkih osoba, koje nisu uključene u pružanje audiovizualnih medijskih usluga ili usluga platformi za razmjenu videozapisa ili u proizvodnju audiovizualnih djela, financiranje audiovizualnih medijskih usluga, usluga platformi za razmjenu videozapisa, videozapisa koje su generirali korisnici ili programa u svrhu promicanja njihova imena, žiga, ugleda, aktivnosti ili proizvoda. Financirati se može emitiranje ili proizvodnja cijelog programa ili neki njegov dio. Program pod pokroviteljstvom može uključivati program, kanal, programski segment ili blok programa čiji je dio ili sve troškove financirao pokrovitelj.

(2) Audiovizualni programi pod pokroviteljstvom moraju biti jasno označeni kao takvi imenom, znakom tvrtke i/ili drugim simbolom pokrovitelja, kao što je primjerice upućivanje na njegov proizvod, uslugu ili žig na primjeren način za programe i u primjerenom trajanju na početku, tijekom te na kraju programa, emisije ili svakog pojedinačnog priloga.

Članak 3.

(1) Audiovizualne medijske usluge i programi te sadržaji elektroničkih publikacija pod pokroviteljstvom moraju zadovoljavati sljedeće uvjete:

– ni u kakvim se okolnostima na njihov sadržaj i, u slučaju televizijskog emitiranja, na njihov raspored ne smije utjecati tako da se djeluje na odgovornost i uredničku neovisnost pružatelja medijskih usluga,

– ne smiju izravno poticati na kupnju ili najam roba ili usluga, osobito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge,

– gledatelje se mora jasno obavijestiti o postojanju sporazuma o pokroviteljstvu,

– programi pod pokroviteljstvom moraju biti jasno označeni kao takvi imenom, znakom tvrtke i/ili drugim simbolom pokrovitelja, kao što je primjerice upućivanje na njegov proizvod ili njegovu uslugu ili njegov žig na primjeren način za programe i u primjerenom trajanju na početku, tijekom te na kraju programa, emisije ili svakog pojedinačnog priloga.

(2) Audiovizualne medijske usluge ili programi ne smiju biti pod pokroviteljstvom gospodarskog subjekta čija je glavna djelatnost proizvodnja ili prodaja cigareta i drugih duhanskih proizvoda, kao i elektroničkih cigareta i spremnika za ponovno punjenje.

(3) Kad su audiovizualne medijske usluge ili programi pod pokroviteljstvom gospodarskog subjekta čije djelatnosti uključuju proizvodnju ili prodaju lijekova i liječenje, može se promicati ime ili ugled toga gospodarskog subjekta, ali se ne smiju promicati određeni lijekovi ili liječenje dostupni isključivo na liječnički recept.

(4) Vijesti i program o tekućim događanjima ne smiju biti pod pokroviteljstvom.

(5) Nije dopušteno prikazivanje znaka tvrtke ili žiga pokrovitelja tijekom dječjih programa, dokumentarnih i vjerskih programa.

(6) Odredbe ovoga članka na odgovarajući se način primjenjuju i na medijske usluge radija.

Članak 4.

(1) Pokroviteljske poruke trebaju biti neutralne i neovisne od sadržaja audiovizualnog programa i trebaju se moći lako razlikovati od oglašavanja i teletrgovine tako da oglašavanje i teletrgovina budu jasno odvojeni putem vizualnih/grafičkih i zvučnih sredstava od drugih dijelova programa.

(2) Osobito posebno promotivno upućivanje smatra se posebno neposredno pozivanje na kupnju ili iznajmljivanje robe ili usluge; navođenje cijene, prednosti, kvalitete ili učinkovitosti robe ili usluge pokrovitelja ili njegovog položaja na tržištu; navođenje mjesta, broja telefona putem kojega se može kupiti ili zakupiti roba ili usluga ili adrese gdje se može kupiti roba, reklamni slogan kojim se upućuje na kupnju ili iznajmljivanje robe ili usluge sponzora.

(3) Plasman proizvoda u programima pod pokroviteljstvom dopušten je ako je u skladu s odredbama članka 23. Zakona o elektroničkim medijima i Pravilnika o tehničkim i drugim mjerama kojima se gledatelji obavještavaju o plasmanu proizvoda.

Članak 5.

(1) U programima pružatelja medijskih usluga televizije i audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev pokrovitelj se treba primjereno označiti na početku, tijekom te na kraju programa, emisije ili svakog pojedinačnog priloga upućivanjem na njegovo ime, žig, ugled, aktivnost, proizvod ili uslugu u trajanju od minimalno pet (5) sekundi.

(2) U programima pružatelja medijskih usluga radija pokrovitelj se treba primjereno označiti na početku, tijekom te na kraju programa, emisije ili svakog pojedinačnog priloga upućivanjem na njegovo ime, žig, ugled, aktivnost, proizvod ili uslugu u trajanju od minimalno tri (3) sekunde.

(3) Pokroviteljski odnos treba biti označen korištenjem riječi »program pod pokroviteljstvom«, što treba biti jasno čitljivo na pozadini i jasno povezano s imenom, žigom, ugledom, aktivnošću, proizvodom ili uslugom pokrovitelja.

(4) Prilikom označavanja pokrovitelja ne smiju se prikazivati oglasne poruke ili poruke TV prodaje pokrovitelja.

Članak 6.

Odredbe ovog Pravilnika na odgovarajući se način primjenjuju i na sadržaje elektroničkih publikacija.

Članak 7.

Ovaj Pravilnik stupa na snagu 22. listopada 2022.

Klasa: 612-12/22-01/0080
Urbroj: 567-06/07-22-04
Zagreb, 7. rujna 2022.

Vijeće za elektroničke medije
Predsjednik Vijeća
Josip Popovac, v. r.