

На основу члана 83. тачка 3. Устава Републике Србије, доносим

Указ о проглашењу Закона о оглашавању

Проглашава се Закон о оглашавању, који је донела Народна скупштина Републике Србије, на седници Једанаестог ванредног заседања Народне скупштине Републике Србије у 2005. години, 14. септембра 2005. године.

ПР број 70

У Београду, 16. септембра 2005. године

Председник Републике,
Борис Тадић, с.р.

Закон о оглашавању

Закон је објављен у "Службеном гласнику РС", бр. 79/2005 од
16.9.2005. године.

I. ОСНОВНЕ ОДРЕДБЕ

1. Предмет

Члан 1.

Овим законом уређују се услови и начин оглашавања, права и обавезе оглашивача, произвођача и преносилаца огласних порука, као и права прималаца огласних порука.

2. Појмови

Члан 2.

Поједини изрази употребљени у овом закону имају следеће значење:

1) **оглашавање** јесте обавештавање преко огласног средства којим се препоручује оглашивач, његова активност, производ, услуга или друга препорука са циљем да је прималац коме је упућена прихвати или користи;

2) **огласна порука** јесте порука којом се препоручује оглашивач, његова активност, производ или услуга;

3) **огласно средство** јесте летак, проспекат, амбалажа производа, плакат, фотографија, огледни картон, пано, транспарент, билборд, расветно тело, дисплеј, моторно возило, средство пословне комуникације (меморандум, коверта, пословна карта), средство пословне репрезентације (честитка, календар, роковник), као и друга средства помоћу којих се огласна порука може учинити доступном примаоцу;

4) **оглашивач** јесте правно лице, предузетник или физичко лице чије пословно име, личност, активност, производ или услугу препоручује огласна порука;

5) **произвођач огласне поруке** јесте правно лице или предузетник који је регистрован за обављање делатности пројектовања огласних активности, креирања или продукције огласних порука, планирања или закупа огласног простора у јавним гласилима, односно за поједине фазе процеса оглашавања;

6) **преносилац огласне поруке** јесте јавно гласило (новине, радио програм, телевизијски програм, сервис новинских агенција, интернет и друга електронска издања јавних гласила и друга средства информисања намењена јавној дистрибуцији и неодређеном броју корисника) чију основну или споредну садржину чине огласне поруке;

7) **други преносиоци огласних порука** јесу правна лица или предузетници који у излозима својих пословних просторија или на другом месту изложе огласно средство, односно огласну поруку, као и организатори културно-забавних, спортских или других јавних манифестација који огласне поруке преносе свом аудиторијуму;

8) **прималац огласне поруке** јесте потрошач, корисник услуга и друго лице коме је упућена огласна порука;

9) **продајно место** јесте пословна просторија, односно простор где се обавља регистрована делатност у складу са законом;

10) **отворени простор** јесте јавна површина као и друга површина на којој се могу постављати огласна средства.

3. Начела оглашавања

3.1. Начело слободе оглашавања

Члан 3.

Оглашавање је слободно.

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

Страна правна и физичка лица имају у оглашавању иста права и обавезе као и домаћа лица.

3.2. Начело истинитости, потпуности и одређености огласне поруке

Члан 4.

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

Истинита, потпуна и одређена огласна порука садржи податке који су поуздани и искуством потврђени, односно у којој нису изостављени подаци који су од значаја за стицање праве представе о предмету оглашавања.

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

Огласна порука може да садржи статистичке податке или резултате анкете, под условом да се на тај начин подацима из огласне поруке не даје већа вредност од оне коју стварно имају.

Огласна порука може да садржи научну или привидно научну терминологију, под условом да се на тај начин податку из огласне поруке не даје научни карактер који тај податак нема.

3.3. Начело препознатљивости огласне поруке

Члан 5.

Порука која представља огласну поруку мора бити препознатљива.

Ако се огласна порука појављује заједно са другом поруком, односно обавештењем, која нема огласну природу, огласна порука мора бити јасно означена.

Забрањено је оглашавање усмерено на подсвест, као и препоручивање производа и услуга током емисија које нису намењене оглашавању и други облици скривеног оглашавања.

3.4. Начело забране злоупотребе поверења

Члан 6.

Огласном поруком не може да се злоупотребљава поверење, однос зависности или привржености, лаковерност, недостатак искуства или знања и сујевеље прималаца огласне поруке.

Огласна порука не може да садржи елементе којима се отворено или прикривено прети, изазива, подржава, односно потпомаже насиље или неоправдан страх или којима се врши обраћање примаоцима поруке са становишта ауторитета подређенима, малолетним лицима, економски или на други начин зависним лицима.

3.5. Начело забране дискриминације

Члан 7.

Оглашавање не може, непосредно или посредно, да подстиче на дискриминацију по било ком основу, а нарочито по основу расе, боје коже, пола, националне припадности, друштвеног порекла, рођења, вероисповести, политичког или другог убеђења, имовинског стања, културе, језика, старости, психичког или физичког инвалидитета.

Не може се одбити објављивање, односно емитовање огласне поруке због расе, националне или етничке припадности, пола или другог личног својства лица које тражи објављивање, односно емитовање огласне поруке.

3.6. Начело забране повреде морала

Члан 8.

Огласна порука не може да садржи изјаве или визуелно представљање којима се изазива асоцијација која се у околностима конкретног случаја може сматрати непристојном, а нарочито с обзиром на садржај огласне поруке, начин и средства оглашавања, сензибилитет лица којима је упућена, као и врсту оглашивача, активности, производа или услуге која се оглашава.

3.7. Начело забране појединачног оглашавања личним обраћањем

Члан 9.

Огласна порука не може да се упути појединачно одређеном лицу, ако је оно јасно изразило вољу да му се она не упућује.

Није допуштено оглашавање слањем ненаручене робе, као ни директним обраћањем лицу на јавном месту ако је одређено лице јасно изразило вољу да му се не може обратити и ако такво обраћање није у складу са прописаним условима и начином оглашавања.

Забрањено је оглашавање слањем огласних порука путем позивних средстава са и без људског посредовања, путем телефакс уређаја или електронских порука, без сагласности примаоца огласне поруке.

3.8. Начело забране повреде конкуренције, стварања и одржавања доминантног положаја

Члан 10.

Забрањено је одбити објављивање, односно емитовање огласне поруке ако се необјављивањем те поруке врши повреда конкуренције, ствара или одржава доминантан положај учесника у тржишној утакмици.

II. УСЛОВИ И НАЧИН ОГЛАШАВАЊА

1. Услови за оглашавање

Декларација

Члан 11.

Оглашивач је дужан да лицу које објављује односно емитује огласну поруку, уз огласну поруку достави и попуњен образац (у даљем тексту: декларација), који нарочито садржи податке о:

1) произвођачу огласне поруке (пословно име и седиште, број под којим је регистрован у одговарајућем регистру за обављање делатности производње огласних порука, односно име и презиме, адреса становања, матични број, број личне карте и место издавања личне карте одговорног лица);

2) оглашивачу (пословно име и седиште, број под којим је регистрован за обављање делатности у оквиру које је предмет оглашавања, односно име и презиме, адреса становања, матични број, број личне карте и место издавања личне карте одговорног лица);

3) огласној поруци (текст, трајање, димензије, начин оглашавања, аутору текста, музике, фотографије, илустрације, дизајна, редитељу, сниматељу слике или звука, извођачу чији се лик или глас користи у огласној поруци, као и подаци о другим ауторима у смислу прописа о заштити ауторских и извођачких права).

Ако оглашивач уз огласну поруку не достави декларацију или достављена декларација не садржи прописане податке, огласна порука неће бити објављена односно емитована.

Министар надлежан за послове трговине ближе прописује садржину декларације.

Члан 12.

Огласном поруком може се препоручивати оглашивач, његова активност, производ, услуга или друга препорука, под условом да обављање те активности или производња и промет тих производа и пружање тих услуга нису забрањени законом.

Члан 13.

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, оглашавање се може обављати ако је издата та сагласност, дозвола или други акт државног органа.

2. Начин оглашавања

ТВ оглашавање и ТВ продаја

Члан 14.

ТВ оглашавање у смислу овог закона јесте емитовање огласних порука уз накнаду или без накнаде, ради препоручивања оглашивача, његове активности, производа, услуга или других препорука, са циљем да је прималац коме је упућена прихвати или користи.

ТВ оглашавање без накнаде врши се у случајевима:

1) телевизијског оглашавања из самопромотивних разлога којим се гледаоци обавештавају о садржини програма који ће бити емитован у наредних седам дана, укључујући оглашавање појединих емисија из програма;

2) саопштења јавних служби и огласне поруке непрофитних организација за добротворне и хуманитарне акције као и њихови позиви на добротворну или хуманитарну акцију који се обављају без накнаде;

3) емитовања знака идентификације ТВ програма.

ТВ продаја у смислу овог закона јесте емитовање уз накнаду непосредних понуда производа или услуга, укључујући непокретне ствари, права и обавезе.

Време трајања ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима комерцијалних телевизијских станица

Члан 15.

Време трајања ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима комерцијалних телевизијских станица могу износити највише 20% од укупно дневно емитованог програма.

Време трајања ТВ оглашавања у програмима комерцијалних телевизијских станица може износити највише 15% од укупно дневно емитованог програма.

У оквиру једног пуног сата емитованог програма на телевизијским станицама из става 1. овог члана, дозвољено је емитовати највише 12 минута огласних порука и порука ТВ продаје.

Ако се на комерцијалној телевизијској станици емитује ТВ продаја као посебна емисија, та емисија мора трајати најмање 15 минута непрекидно, а током дана може се емитовати највише до шест емисија ТВ продаје у укупном трајању од највише три сата.

Емисија из става 4. овог члана мора бити сликом и звуком јасно означена као ТВ продаја.

Ограничења из става 4. овог члана не односе се на програме намењене искључиво ТВ продаји.

Време трајања ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима јавног радиодифузног сервиса

Члан 16.

У програмима јавног радиодифузног сервиса време трајања ТВ оглашавања ТВ продаје може износити највише 10% од укупно дневно емитованог програма.

У оквиру једног пуног сата програма јавног радиодифузног сервиса може се емитовати највише шест минута огласних порука.

Емисије ТВ продаје могу се емитовати у програмима јавног радиодифузног сервиса само у времену између 00:00 часова и 06:00 часова, под условима из члана 15. ст. 4. и 5. овог закона.

Одредбе ст. 1. до 3. овог члана примењују се и на телевизијске станице цивилног сектора, као и на телевизијске станице локалних и регионалних заједница.

Начин емитовања огласне поруке и поруке ТВ продаје

Члан 17.

Огласне поруке и поруке ТВ продаје емитују се између појединих емисија.

Ако су испуњени услови предвиђени овим законом, огласне поруке и поруке ТВ продаје могу да се емитују и у току емисије на начин којим се не нарушава целокупност и вредност те емисије односно не повређују ауторска права.

Ако се емисија састоји од посебних делова или ако спортски, културни или сличан догађај који се преноси има паузе (полувреме, тајм-аут и сл.) огласне поруке и поруке ТВ продаје могу се емитовати само између делова емисије, односно у паузама.

Емитовање аудиовизуелних дела као што су филмови или ТВ филмови, осим серијала, серија, забавног и документарног програма, може се прекинути ради емитовања огласне поруке или ТВ продаје само ако та дела трају дуже од 45 минута, и то једном на сваких 45 минута.

Ако емитовање аудиовизуелних дела из става 4. овог члана траје дуже од 90 минута, додатни прекиди су дозвољени по једном за сваких наредних 45 минута, с тим да између свака два прекида мора да протекне најмање 20 минута.

Ако се програми прекидају емитовањем огласних порука или порука ТВ продаје, између два блока емитовања огласних порука или порука ТВ продаје мора проћи најмање 20 минута, осим у случајевима из става 3. овог члана.

У емисијама вести и документарним емисијама емитовање огласних порука или порука ТВ продаје може се вршити под условима и на начин из ст. 1. до 6. овог члана, ако те емисије трају дуже од 30 минута.

Преноси верских обреда не могу се прекидати емитовањем огласних порука и порука ТВ продаје.

У емисијама религијске садржине које трају дуже од 30 минута могу се емитовати огласне поруке и поруке ТВ продаје које су у складу са садржином емисије, под условима из ст. 1. до 6. овог члана.

У дечјим емисијама које трају дуже од 30 минута могу се емитовати само огласне поруке намењене деци под условима из ст. 1. до 6. овог члана.

Емитовање огласних порука у току спортских преноса посредством јавног радиодифузног сервиса

Члан 18.

Преноси међународних спортских догађаја од националног значаја (олимпијске игре, светска и европска првенства и сл.) посредством јавног радиодифузног сервиса могу се прекидати емитовањем огласних порука и порука ТВ продаје најдуже девет минута по часу, с тим да укупно дневно емитовање огласних порука и порука ТВ продаје може трајати најдуже 10% од укупно дневно емитованог спортског програма.

Листу међународних спортских догађаја из става 1. овог члана утврђује Републичка радиодифузна агенција.

Начин емитовања блокова огласних порука и порука ТВ продаје

Члан 19.

Огласне поруке и поруке ТВ продаје се емитују по правилу у блоковима.

Почетак и крај блокова огласних порука и порука ТВ продаје мора бити препознатљив и одвојен од осталих програмских садржаја звуком и сликом.

Време трајања најавних и одјавних шпица блокова огласних порука и порука ТВ продаје урачунава се у укупно време трајања огласних порука и порука ТВ продаје.

Начин продаје услуга ТВ оглашавања и ТВ продаје на програмима установа јавног радиодифузног сервиса

Члан 20.

Установа јавног радиодифузног сервиса може своје услуге емитовања огласних порука и порука ТВ продаје продати трећим лицима највише за годину дана унапред.

Укупна вредност услуга из става 1. овог члана не може бити већа од 60% од укупне вредности програма намењеног ТВ оглашавању и ТВ продаји у једној години.

Вредност услуге из става 1. овог члана продата једном лицу или групи повезаних лица у смислу закона којим се уређује порез на добит предузећа, не може износити више од 10% од укупне вредности програма намењеног ТВ оглашавању и ТВ продаји у једној години.

Лице из става 1. овог члана не може своје право на емитовање огласних порука или порука ТВ продаје уступити другом лицу по цени већој од цене утврђене ценовником установе јавног радиодифузног сервиса, на којој ће се огласна порука или ТВ продаја емитовати, на дан када је лице које уступа право то право прибавило.

Забрањено је да установа јавног радиодифузног сервиса уступа трећим лицима право на искључиву продају услуга емитовања огласних порука у њеним ТВ програмима.

Установа јавног радиодифузног сервиса и радио и телевизијска станица цивилног сектора не могу да буду посредници, заступници, или да преузимају улогу оглашивача у име и за рачун трећег лица.

ТВ програми искључиво намењени самопромоцији

Члан 21.

Одредбе овог закона о ТВ оглашавању и ТВ продаји сходно се примењују и на ТВ програме намењене искључиво самопромоцији.

Други видови ТВ оглашавања на оваквим програмима дозвољени су под условима из члана 15. став 3. овог закона.

ТВ програми искључиво намењени ТВ продаји

Члан 22.

Одредбе овог закона о ТВ оглашавању и ТВ продаји сходно се примењују и на ТВ програме намењене искључиво ТВ продаји.

2. Оглашавање на радију

Члан 23.

На оглашавање на радију сходно се примењују одредбе чл. 16, 18, 19. и 20. овог закона.

3. Оглашавање на отвореном простору

Члан 24.

Оглашавање на отвореном простору врши се на начин којим се обезбеђује сигурност пешака, моторних возила и других учесника у саобраћају, заштита културно-историјских споменика и добара од општег интереса и очување и унапређење изгледа града, односно насељеног места.

Постављање огласних паноа на јавним површинама

Члан 25.

На јавним површинама огласни пано се може поставити на основу дозволе надлежног органа.

Надлежни орган може да одбије издавање дозволе из става 1. овог члана, ако утврди да би постављање огласног паноа на јавној површини угрозило сигурност пешака, моторних возила и других учесника у саобраћају и заштиту културно-историјских споменика и добара од општег интереса или нарушило очување и унапређење изгледа града, односно насељеног места.

Постављање плаката на јавним површинама

Члан 26.

Оглашавање на плакату постављеном на јавној површини дозвољено је:

- 1) ако је плакат постављен на јавној површини која је за те намене одређена одлуком општине, града или организације која управља јавном површином;
- 2) ако је за постављање плаката на јавној површини потребна дозвола општине, града, односно организације која управља јавном површином, по прибављању те дозволе;
- 3) ако је одлуком општине, града, односно организације за управљање јавном површином одређено слободно место за постављање сваког појединачног плаката на одређеној јавној површини и време за које се плакат може поставити, по прибављању те дозволе.

Постављање плаката на осталим површинама

Члан 27.

На површинама које нису јавне, постављање плаката дозвољено је само уз сагласност власника, односно корисника те површине.

Носач огласне поруке која садржи податке о пословном имену, седишту и оснивачу здравствене установе

Члан 28.

Табла или други носач огласне поруке који садржи податке о пословном имену, седишту и оснивачу здравствене установе, односно другог облика здравствене службе и радног времена мора бити правоугаоног или квадратног облика, димензија које не могу бити веће од 35 x 50 центиметара, постављен на зид поред улаза у зграду у којој се налази пословна просторија за обављање здравствене делатности.

Табла или други носач огласне поруке из става 1. овог члана садржи и друге податке у складу са законом којим се уређује здравствена делатност.

Постављање осталих огласних средстава

Члан 29.

Постављање осталих огласних средстава на отвореном простору, као што су стубови, балони, стајалишта јавног превоза, екрани, електронски дисплеји, светлећа слова и др. врши се на начин и под условима из члана 25. овог закона.

III. НЕИСТИНИТО, УПОРЕЂУЈУЋЕ И ПРЕВАРНО ОГЛАШАВАЊЕ

Члан 30.

Забрањено је:

- 1) оглашавање којим се неистинито означава идентитет оглашивача, његова активност, производ или услуга;

2) изостављање важних података, употреба неодређених или вишезначних израза, застарелих или неажурних навода или других података који изазивају заблуду о идентитету оглашивача, његовој активности, производу или услузи (врсти, својствима, квалитету, пореклу или другим подацима о производу или услузи) и другим препорукама упућеним примаоцу огласне поруке;

3) оглашавање које представља подражавање или копију другог лица, његове активности, производа или услуга;

4) оглашавање којим се омаловажава, сумњичи или на други недостојан начин приказује идентитет другог лица, његове активности, производа или услуге;

5) поређење оглашивача, његове активности, производа или услуге са другим оглашивачем, његовом активношћу, производом или услугом на штету другог, односно ради стицања материјалне користи;

6) оглашавање којим се алудирајући на другога, његово пословно име, назив, заштићени жиг, активност, производ или услугу, искоришћава углед тог другог лица на начин којим се доводе у заблуду примаоци огласне поруке.

Члан 31.

Оглашавањем се не могу прикривати битни недостаци, опасна или штетна својства производа, услуга или других садржаја који се препоручују примаоцу огласне поруке.

Члан 32.

Забрањено је оглашавање којим се оглашивач, његова активност, производ или услуга неистинито упоређује са активностима, производима или услугама конкурента на штету конкурента или којим се ствара заблуда на тржишту између оглашивача и конкурента.

Забрањено је оглашавање којим се оглашивач, његова активност, производ, услуга или цена упоређује са другим оглашивачем, његовом активношћу, производом, услугом или ценом, ако су те активности, производи или услуге различите врсте или имају различит циљ или намену.

Забрањено је оглашавати производе или услуге као имитације или верне копије производа и услуга које носе заштићени трговачки знак или трговачко име, као и користити предност заштићеног знака или друге ознаке по којој се препознаје конкурент.

Члан 33.

Забрањено је оглашавање коришћењем угледа или огласне поруке другог лица, без његовог одобрења.

Оглашавање са позивом на бојкот

Члан 34.

Забрањено је оглашавање којим се позива на бојкотовање другог лица, прекидање или спречавање успостављања односа са другим лицем.

Оглашавање са недозвољеним симболима

Члан 35.

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

Забрањена је неовлашћена употреба заштићеног знака, жига, пословног имена, трговачког назива, ознаке порекла производа или другог знака, по којима се препознаје конкурент.

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

Оглашавање порнографије

Члан 36.

Забрањено је оглашавање са порнографским садржајем, осим у порнографској штампи.

Огласна порука чији садржај није порнографски, а која упућује на порнографију (хот-лајн, огласна порука за порнографску штампу, филмове) забрањена је, осим на телевизијским и радио програмима у времену од 00:00 часова до 05:00 часова и у порнографској штампи.

Забрањено је оглашавање које упућује на порнографију у специјализованим телевизијским и радио програмима за малолетна лица, као и у телевизијским и радио програмима, који се емитују у временском периоду из става 2. овог члана, а намењени су малолетним лицима.

Порнографска штампа на насловној и последњој страни не може да садржи порнографску огласну поруку.

Приказивање употребе силе

Члан 37.

Забрањено је оглашавање којим се неоправдано приказује употреба силе или претња употребе силе.

Забрана истицања доминантног положаја лица једног пола у односу на лице другог пола

Члан 38.

Забрањено је оглашавање којим се неоправдано приказује лице једног пола у доминантном положају у односу на лице другог пола, нарочито представљањем типичних облика ауторитета или других односа доминације лица једног пола у односу на лице другог пола.

Члан 39.

Забрањено је у огласној поруци приказивати сексуално узнемиравање као прихватљиво, пожељно или уобичајено друштвено понашање.

Члан 40.

Малолетна лица млађа од 16 година не могу да се у огласној поруци доводе у везу са сексуалношћу.

Мушкарци и жене не могу да се у огласној поруци приказују као дечаци или девојчице са сексуалним одликама одраслих.

Искоришћавање забринутости и недостатка знања за очување здравља или животне средине

Члан 41.

Забрањено је оглашавање којим се неоправдано искоришћава забринутост људи за очување здравља или здраве животне средине, као и недостатак њиховог знања о начинима и средствима заштите животне средине.

Члан 42.

Оглашавање не може да подстиче или да одобрава поступке који нису у складу са прописима о заштити животне средине.

Члан 43.

Огласна порука не може да садржи неистините тврдње да производ или услуга имају позитиван или негативан утицај на заштиту здравља или животне средине, нарочито истицањем речи "еколошки сигуран", "еколошки нешкодљив", "еко храна", "здрава храна" и сличних речи или симбола који имају исто значење.

Употреба личног добра у оглашавању

Члан 44.

Ако огласна порука садржи име, лични податак, лични запис, запис лика - фотографски, цртани, филмски, видео и дигитални запис, запис гласа и изговорене речи - магнетофонски, грамофонски и дигитални запис, писани запис - писмо, дневник, забелешку и дигитални запис (у даљем тексту: лично добро), на основу којих се може утврдити или препознати идентитет лица, огласна порука се не може објавити без претходног пристанка лица на које се лично добро односи.

Ако је лице на које се лично добро односи умрло, пристанак у смислу става 1. овог члана дају брачни друг, деца, родитељи умрлог, односно лице које је за то одређено у завештању.

За физичко лице неспособно да се стара о својим интересима, пристанак у смислу става 1. овог члана даје његов законски заступник.

Пристанак 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 пристанком за његово коришћење у огласној поруци.

Члан 45.

Пристанак 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 пристанком и за поновљено или продужено оглашавање, за оглашавање на други начин, односно за оглашавање за друге циљеве.

Члан 46.

Ако је лице на које се лично добро односи задржало право да опозове пристанак 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 пристанка на употребу личног добра, ако би према околностима случаја такво оглашавање проузроковало штету његовим интересима коју он није могао да предвиди.

Ако је пристанак за коришћење личног добра опозван у складу са ставом 2. овог члана, оглашивач има право на накнаду штете проузроковане опозивом пристанка на употребу личног добра.

Члан 47.

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.

Члан 48.

Лично добро јавних личности, као што су музичари, глумци, спортисти, политичари и други, не може да се употреби у оглашавању производа намењених малолетницима, као и производа чија је продаја малолетницима забрањена.

У огласним порукама не могу се ликом, гласом или другим личним добром, појављивати новинари, водитељи и спикери информативних, спортских и дечјих радио и ТВ емисија.

IV. ПОСЕБНИ СЛУЧАЈЕВИ ОГЛАШАВАЊА

1. Оглашавање производа и услуга

Члан 49.

Производ или услуга не могу у огласној поруци да буду неистинито означени или означени на начин који ствара заблуду у погледу произвођача, односно даваоца услуге, цене, начина продаје, испоруке и исплате цене, порекла, квалитета, количине, употребљивости, услова гаранције, сервисних могућности, званичних признања или другог својства.

Уколико се у огласној поруци наводе званична признања, оглашивач је дужан да наведе и годину добијања признања.

Производ или услуга не могу у огласној поруци да буду означени називом који им по саставу, квалитету, количини, употребљивости или другом својству не припада.

Члан 50.

Ако је за коришћење производа потребан додаток, додатни радови или када се производ не може купити или употребити одвојено од целине, огласна порука мора да садржи информацију о томе.

Оглашавање распродаје

Члан 51.

Забрањено је оглашавање којим се прималац огласне поруке доводи у заблуду у погледу цене производа оглашавањем распродаје, привидног снижења цене производа или услуга, као и оглашавање нетачног износа снижења цена или других погодности.

Ако се оглашава предстојећа или већ започета распродаја, мора се тачно означити време њеног трајања, као и врста производа на коју се распродаја односи или врста услуге на коју се снижење цена односи.

Ако се оглашавају производи или услуге по ценама повлашћеним за одређене категорије лица, за одређено подручје или одређени период времена, мора се тачно означити категорија лица на коју се повлашћена цена односи, односно подручје и време за које повлашћена цена важи.

Обећање поклона

Члан 52.

Обећање поклона у огласној поруци употребом речи "бесплатно", "плати један, узми два", "два за један" и сл. дозвољено је само ако се производ или услуга нуди по важећој цени понудиоца за тај производ или услугу.

Огласна порука не може купца производа или корисника услуге да доведе у заблуду о стварној вредности робе или услуге обећањем поклона.

Забрањено је оглашавање ради придобијања купца производа или корисника услуге обећањем имовинске користи или погодности чија је вредност знатно већа од уобичајене вредности поклона.

Упоредивање раније цене са ценом из огласне поруке

Члан 53.

Забрањено је у огласној поруци упоређивање раније цене и важеће (текуће) цене за исти производ или услугу истог понуђача, ако је:

- 1) ранија цена одређена као фиктивна цена;
- 2) ранија цена битно виша од тржишне цене;
- 3) производ или услуга у занемарљиво кратком периоду била понуђена на тржишту по ранијој цени или никада није била нуђена по тој цени;
- 4) разлика између раније и важеће цене занемарљива.

Неистинито приказана цена

Члан 54.

Цена производа или услуге са којом се упоређује цена која се препоручује не може у огласној поруци бити неистинито приказана.

Упоредивање са сугерисаним ценама

Члан 55.

Цена производа понудиоца не може да се у огласној поруци упоређује са сугерисаном ценом произвођача или трговца на велико, ако је сугерисана цена битно виша од тржишне цене.

Упоредивање цена производа и услуга различитог квалитета

Члан 56.

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

Телефонска тарифа

Члан 57.

Огласна порука која упућује на телефонски број за који важи посебна тарифа мора да садржи износ те тарифе који је уочљив током целог трајања огласне поруке.

Гаранција за исправно функционисање

Члан 58.

У огласној поруци која садржи обавештење да се производ продаје са гаранцијом за исправно функционисање, посебно се истиче да се купац може пре куповине упознати са условима гаранције.

Повраћај новца

Члан 59.

Огласна порука која садржи речи "гарантовано задовољство", "гарантован повраћај новца", "куповина уз бесплатну пробу" и сличне речи мора да садржи и обавештење под којим условима и на који начин продавац враћа новац за купљене производе.

Члан 60.

Огласна порука која садржи обавештење о гаранцији мора да садржи обавештење на шта се гаранција односи и колико траје.

Забрањено је у огласној поруци користити речи "доживотна гаранција" и сличне речи које изазивају заблуду примаоца огласне поруке у погледу гаранције и њеног трајања.

2. Оглашавање лекова, медицинских средстава, лекара и лекарских услуга

Члан 61.

Оглашавање лекова и медицинских средстава има циљ да потпомогне њихову примену тако што ће својства одређеног производа приказати истинито, потпуно и без претеривања, на начин и под условима прописаним законом којим се уређује промет лекова.

Забрањено је оглашавање стручно-медицинских поступака и метода здравствене заштите, укључујући и методе и поступке традиционалне и алтернативне медицине у средствима јавног информисања, у складу са законом којим се уређује здравствена заштита.

Оглашавање имена, пословног имена, назива, седишта и оснивача здравствене установе, односно другог облика здравствене службе и радног времена врши се у складу са законом.

Резултати у примени стручно-медицинских поступака и метода здравствене заштите могу се саопштавати само на стручним и научним скуповима и објављивати у стручним и научним часописима и публикацијама у складу са законом којим се уређује здравствена заштита.

3. Оглашавање опојних дрога

Члан 62.

Забрањено је оглашавање опојних дрога.

4 Оглашавање оружја

Члан 63.

Забрањено је оглашавање оружја, делова за оружје и муниције у јавним гласилима и другим средствима оглашавања.

Оружје, делови за оружје и муниција може се оглашавати само стручној јавности, коју чине овлашћени произвођачи и овлашћени трговци оружјем и држава и њене оружане снаге као овлашћени купци.

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

5. Оглашавање дуванских производа

Члан 64.

Забрањено је оглашавање дувана и дуванских производа, укључујући свако истицање жига или друге ознаке произвођача тих производа, у штампи, на радију и телевизији, преко биоскопских дијапозитива, филмова, паноа, табли, налепница, огласних средстава на улицама, јавним местима, на јавним објектима и средствима саобраћаја, преко књига, часописа и одевних предмета и преко налепница, плаката и летака ако су те налепнице, плакати и леци одвојени од амбалаже производа дувана и дуванских производа.

Забрањена је дистрибуција бесплатних дуванских производа грађанима као и промотивни попуст за дуванске производе.

Забрањено је истицање жига или друге ознаке произвођача дувана и дуванског производа на начин из става 1. овог члана и у огласној поруци којом се не препоручује произвођач дувана и дуванског производа, укључујући и огласну поруку којом се препоручује спонзорисана активност.

Не сматра се оглашавањем из става 1. овог члана истицање дуванских производа на продајном месту и објављивање обавештења о квалитету и другим својствима дувана, односно дуванских производа на продајном месту, у стручним књигама, часописима и другим стручним публикацијама које су намењене искључиво произвођачима или продавцима тих производа, као ни коришћење жига и друге ознаке произвођача дуванских производа на средствима пословне комуникације и пословне репрезентације тог произвођача.

Упозорење о штетности дуванских производа

Члан 65.

Произвођачи дувана и дуванских производа дужни су да оригинално паковање тих производа обележе и означе у складу са законом којим се уређује производња и промет дувана и дуванских производа.

Забрана приказивања пушења и дуванских производа у огласним порукама

Члан 66.

Забрањено је у огласној поруци приказивати пушење или опонашање пушења, дуванске производе, њихову амбалажу и дувански дим.

Члан 67.

Ограничења и забране прописане овим законом за оглашавање дуванских производа, не односе се на огласну поруку којом се препоручује престанак, одвикавање и борба против пушења.

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

6. Оглашавање алкохолних пића**Члан 68.**

Забрањено је оглашавање алкохолних пића, осим пива и вина, укључујући свако истицање жига или друге ознаке алкохолног пића или произвођача тих пића, у штампаним медијима, на радио и телевизијским програмима, преко биоскопских дијапозитива, филмова, паноа, табли, налепница, огласних средстава на улицама, јавним местима, на јавним објектима и средствима саобраћаја, преко књига, часописа, календара и одевних предмета и преко налепница, плаката и летака ако су те налепнице, плакати и леци одвојени од амбалаже производа алкохолних пића.

Забрањено је оглашавање пива и вина, укључујући свако истицање жига и друге ознаке пива и вина или произвођача пива и вина, и то:

- 1) у специјализованим радио и телевизијским програмима за малолетна лица;
- 2) у осталим телевизијским и радио програмима, осим у периоду од 18:00 до 06:00 часова;
- 3) у средствима јавног саобраћаја и на средствима јавног саобраћаја;
- 4) у предшколским установама, школама, здравственим и другим установама намењеним малолетним лицима, као и на отвореном простору на удаљености од 100 метара од предшколске установе, школе, здравствене и друге установе намењене малолетним лицима;
- 5) у биоскопима, позориштима и другим просторима где се врши приказивање, односно извођење представа, за представе које почињу пре 20:00 часова и за представе за малолетна лица;
- 6) у јавним парковима и на јавним игралиштима;
- 7) у специјализованим програмима радија и телевизије намењеним возачима моторних возила.

Забрањено је истицање жига или друге ознаке алкохолног пића и произвођача алкохолних пића, осим вина и пива на начин из става 1. овог члана у огласној поруци којом се не препоручује произвођач алкохолног пића, укључујући и огласну поруку којом се препоручује спонзорисана активност.

Не сматра се оглашавањем у смислу става 1. овог члана истицање алкохолних пића на продајном месту и објављивање 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.

*Забрана приказивања употребе алкохолних пића***Члан 69.**

Забрањено је у огласној поруци приказивати употребу или опонашање употребе алкохолних пића.

Оглашавање одвикавања од зависности употребе алкохолних пића и борбе против алкохолизма

Члан 70.

Одредбе овог закона о оглашавању алкохолних пића не односе се на огласну поруку којом се препоручује одвикавање од зависности 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.

7. Оглашавање адвоката и адвокатских услуга

Члан 71.

Оглашавање адвоката и адвокатских услуга врши се под условима и на начин утврђен Кодексом професионалне етике адвоката.

V. ОГЛАШАВАЊЕ НАМЕЊЕНО МАЛОЛЕТНИМ ЛИЦИМА

Члан 72.

Огласна порука намењена малолетним лицима јесте обавештење којим се препоручује производ, односно услуга, који према врсти, природи, облику, квалитету и другим својствима, самостално или уз помоћ родитеља, искључиво или претежно користе малолетна лица.

1. Забрана злоупотребе неискуства, незнања и лаковерности малолетних лица

Члан 73.

Огласном поруком намењеном малолетним лицима не може да се злоупотребљава недостатак искуства или знања малолетних лица и њихова лаковерност, нарочито путем онемогућавања или отежавања разликовања стварности од маште.

Члан 74.

Огласна порука намењена малолетним лицима не може да садржи неистините податке о оглашаваном производу или услузи, нарочито у погледу стварне величине, вредности, природе, трајности, брзине, боје и других својстава.

Члан 75.

Ако се у огласној поруци приказује резултат цртања, израде, склапања и моделирања, способност за остварење овог резултата мора да одговара просечној способности малолетних лица којима је огласна порука намењена.

У огласној поруци из става 1. овог члана мора се навести узраст малолетног лица којима је огласна порука намењена.

Члан 76.

Огласна порука намењена малолетним лицима не може уз податак о цени да садржи и вредносни суд о цени, а нарочито речи "само", "ситница", "у бесцење", "повољно" и слично.

Члан 77.

Огласном поруком која је намењена малолетним лицима не може да се препоручује производ или услуга која није намењена тим лицима.

Члан 78.

Огласном поруком која је намењена малолетним лицима не може да се препоручују лекови и медицинска средства, укључујући и витамине, осим дечје пасте за зубе.

2. Заштита здравља, развоја и интегритета малолетних лица**Члан 79.**

Забрањено је оглашавање млека, друге хране и пића за новорођенчад и одојчад, као и прибора за њихово коришћење.

Забрањено је оглашавање које подстиче понашање којим се угрожава здравље, психички и морални развој малолетних лица.

Огласна порука намењена малолетним лицима не може да садржи информацију која би наводила то лице на понашање којим би могло да повреди свој физички, душевни, емоционални или други интегритет.

Члан 80.

Огласна порука намењена малолетним лицима не може да садржи приказ малолетног лица у опасној ситуацији, као што је: пењање на необезбеђене објекте; улазак у непознате просторије; разговор са непознатим људима; коришћење шибица, упаљача, бензина, лекова и електричних уређаја у домаћинству.

Забрана из става 1. овог члана не односи се на огласну поруку која садржи упозорење на опасност по здравље и сигурност малолетног лица, односно његовог интегритета.

Члан 81.

Огласна порука намењена малолетним лицима не може да садржи приказ насиља, укључујући и сцене насиља између анимираних ликова, лутака и сл.

3. Манипулација предностима**Члан 82.**

Огласна порука намењена малолетним лицима не може да садржи поруке којима се сугерише да се коришћењем производа или услуга стичу физичке, интелектуалне или друге друштвене предности над осталим малолетним лицима која те производе и услуге не користе.

4. Заштита ауторитета породице и школе**Члан 83.**

Огласна порука намењена малолетним лицима не може да садржи обавештење којим се код малолетног лица нарушава углед или ауторитет родитеља, браће и сестара и других чланова породице.

Забрана из става 1. овог члана односи се и на нарушавање угледа предшколских и школских установа.

5. Забрана злоупотребе поверења малолетних лица**Члан 84.**

Огласна порука намењена малолетним лицима не може да садржи обавештења којима се злоупотребљава поверење малолетног лица према другим лицима, а нарочито према родитељима, браћи и сестрама и другим члановима породице, васпитачима, наставницима и лекарима.

6. Оглашавање у дечјој установи

Члан 85.

Забрањено је оглашавање у школи, предшколској или другој установи намењеној малолетним лицима, осим ако огласна порука служи заштити општег интереса и интереса малолетног лица и ако не препоручује одређеног произвођача производа или даваоца услуге.

VI. ОГЛАШАВАЊЕ ДРЖАВНИХ ОРГАНА И ОРГАНИЗАЦИЈА, ПОЛИТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И ДРУГИХ ОРГАНА И ОРГАНИЗАЦИЈА

1. Државни органи и организације и други органи и организације

Члан 86.

Државни органи и организације, органи територијалне аутономије и локалне самоуправе, јавне службе и јавна предузећа, обавештавање о својим активностима чине доступним јавности у складу са законом.

Државни органи и организације, органи територијалне аутономије и локалне самоуправе могу да оглашавају активности и мере које су од значаја за грађане, за већину грађана, или за мањинску друштвену групу, а нарочито:

- 1) изборе, односно референдум ако огласна порука препоручује учешће на изборима, односно референдуму;
- 2) мере за поступање грађана у случају опште опасности, као што су поплава, пожар, земљотрес, епидемија, терористички напад и др.;
- 3) хуманитарну акцију, односно акцију за заштиту и унапређење здравља, као и позив за помоћ непосредно угроженим лицима;
- 4) конкурс и позив за упис ђака и студената;
- 5) економске активности као што су куповина робних резерви, откуп пшенице, ако огласна порука садржи позив за учешће у тим активностима.

У огласној поруци из става 2. овог члана не може се користити име, лик, глас или лично својство државног функционера, односно функционера државног органа и организације, органа територијалне аутономије и локалне самоуправе.

Огласном поруком из става 2. овог члана не може се посредно или непосредно оглашавати политичка организација или друга организација коју је основао државни орган, политичка партија или политичар.

Ако се оглашавање из става 2. овог члана врши без накнаде, време трајања тог оглашавања не урачунава се у време трајања ТВ оглашавања и ТВ продаје из члана 15. ст. 1. и 2. и члана 16. ст. 1. и 2. овог закона.

2. Оглашавање политичких организација и оглашавање на гласачком месту

Члан 87.

Оглашавање политичких организација и оглашавање на гласачком месту врши се на начин и под условима прописаним законом којим се уређује избор народних посланика, а нарочито услови који се односе на представљање подносилаца изборних листа и кандидата изборних листа, права грађана да преко средстава јавног информисања буду обавештени о изборним програмима и активностима подносилаца изборних листа и кандидата са изборних листа, дужности средстава јавног обавештавања и органа надлежних за спровођење избора, као и органа за надзор над поступцима политичких странака, кандидата и средстава јавног информисања.

VII. СПОНЗОРСТВО И ОГЛАШАВАЊЕ

Члан 88.

Спонзорство у смислу овог закона јесте уговорено пружање финансијске или друге подршке правном или физичком лицу или његовим активностима које нису у вези са делатношћу спонзора, ради оглашавања спонзоровог имена односно назива, знака, његовог робног или услужног жига или имица.

Одредбе овог закона о оглашавању сходно се примењују на спонзорство, ако овим законом није другачије уређено.

1. Забрана спонзорисања од стране произвођача дуванских производа и алкохолних пића

Члан 89.

Произвођач дуванских производа не може спонзорисати медије, спортисте, спортске клубове, спортска такмичења, такмичења, укључујући и спонзорисање појединаца, односно учесника тих манифестација.

Произвођач дуванских производа или алкохолних пића не може да спонзорише малолетна лица, њихове активности, као ни лица или активности чију публику претежно чине малолетна лица.

Произвођач алкохолног пића, осим пива, не може спонзорисати спортисте, спортске клубове и спортска такмичења.

2. Забрана довођења у заблуду

Члан 90.

Спонзорство мора бити јасно означено и 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.

Ако постоји потенцијална опасност по здравље, у огласној поруци, промоцији и спонзорисању мора бити јасно истакнуто упозорење о постојању такве опасности.

3. Независност

Члан 91.

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

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

Члан 92.

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 имиц спонзора.

4. Вишеструко спонзорство

Члан 93.

Ако спонзорисано лице има више спонзора, дужно је да обезбеди заступљеност интереса сваког спонзора, сразмерно његовом уделу у спонзорисању.

Спонзорисано лице дужно је да обавести могуће спонзоре о томе са којим спонзорима је већ у уговорном односу.

Спонзорисано лице не може да закључује нове уговоре о спонзорству без сагласности спонзора са којима је већ у уговорном односу.

5. ТВ спонзорство

Члан 94.

ТВ спонзорство у смислу овог закона јесте непосредно или посредно финансирање ТВ програма од стране лица које се не бави радиодифузном делатношћу или производњом аудиовизуелних дела, са циљем оглашавања његовог имена, односно назива, знака, робног или услужног жига или имиџа у ТВ програмима.

Спонзорисани ТВ програми не могу непосредно да оглашавају продају, куповину или изнајмљивање производа и услуга спонзора или трећег лица, нарочито посебним упућивањима на те производе и услуге у тим програмима.

Државни органи и организације и политичке организације не могу бити спонзори ТВ програма.

Физичка и правна лица која се баве производњом или продајом производа или пружањем услуга чије је ТВ оглашавање забрањено овим законом, не могу спонзорисати ТВ програме.

Члан 95.

Емисија која је у целини или делимично спонзорисана мора да садржи обавештење о спонзору, на почетку, током и на крају емисије.

У спортским и културно-уметничким емисијама подаци о спонзору објављују се на почетку и на крају предвиђених пауза.

Члан 96.

Спонзор не може да утиче на садржај и време емитовања програма који је спонзорисао, као и на питања уређивачке концепције емитера.

Забрањено је спонзорисати информативне емисије, осим спортских вести и временске прогнозе.

6. Спонзорство на радију

Члан 97.

На спонзорство на радију сходно се примењују одредбе овог закона о спонзорству на телевизији, односно о оглашавању, ако овим законом није другачије утврђено.

Забрана из члана 94. став 4. овог закона не примењује се на спонзорство на радију, ако овим законом није другачије уређено.

Члан 98.

Правна и физичка лица која се у складу са посебним прописима баве производњом или продајом лекова или пружањем лековитих третмана, могу спонзорисати радио програм оглашавањем свог имена, односно назива, робног или услужног жига, имиџа или своје делатности, осим оглашавања лекова који се могу набавити само уз лекарски рецепт.

VIII. ЗАШТИТА ПРИМАОЦА ОГЛАСНИХ ПОРУКА

1. Чување огласне поруке и података о огласној поруци

Члан 99.

Оглашивач је дужан да чува објављену огласну поруку у облику који дозвољава могућност увида у ту поруку, податке о месту, времену и учесталости оглашавања, као и декларацију за огласну поруку, најдуже тридесет дана од дана последњег објављивања огласне поруке.

Оглашивач је дужан да на захтев заинтересованог лица, најкасније у року од три дана од дана пријема захтева, омогући увид у огласну поруку, евиденцију и декларацију из става 1. овог члана.

Заинтересовано лице из става 2. овог члана је лице чије је право или интерес угрожено или повређено огласном поруком.

2. Судска заштита

Тужба

Члан 100.

Лице чије је право, односно интерес, повређен или угрожен огласном поруком, има право на заштиту коју остварује тужбом код надлежног суда.

За штету причињену огласном поруком одговарају солидарно оглашивач и произвођач огласне поруке.

Лице које огласну поруку објави одговара солидарно за штету причињену огласном поруком, ако није захтевало или добило уредно попуњену декларацију у складу са чланом 11. овог закона, односно ако је знало или је према околностима случаја морало знати да се објављивањем такве огласне поруке може проузроковати штета.

Привремена мера

Члан 101.

Лице чије би право или интерес могло бити повређено огласном поруком може предложити да суд донесе привремену меру, у складу са законом којим се уређује извршни поступак.

Члан 102.

Право на покретање поступка из чл. 100. и 101. овог закона имају и организације за заштиту потрошача, професионална удружења, као и коморе.

IX. НАДЗОР

Члан 103.

Министарство надлежно за послове трговине, туризма и услуга врши надзор над применом овог закона, ако овим законом није другачије одређено.

Министарство надлежно за послове здравља врши надзор над применом одредаба овог закона којима се уређује оглашавање лекова и медицинских средстава, лекара и лекарских услуга.

Орган јединице локалне самоуправе, односно града, надлежан за комуналне послове врши надзор над применом одредаба овог закона о постављању огласних средстава на јавним површинама.

Независна организација основана у области радиодифузије врши надзор над применом одредаба овог закона којима се уређује оглашавање путем телевизијских и радио програма и доноси, у складу са овим законом и законом којим се уређује радиодифузија, ближа правила о оглашавању и спонзорству на телевизији и радију.

Члан 104.

Министарство надлежно за послове трговине, туризма и услуга, врши инспекцијски надзор преко тржишних и туристичких инспектора.

Министарство надлежно за послове здравља инспекцијски надзор врши преко здравствених и санитарних инспектора у складу са овим законом, законом којим се уређује промет лекова и здравствена заштита и другим законом којим се уређује надлежност тих инспектора.

Орган јединице локалне самоуправе, односно града, надлежан за комуналне послове врши инспекцијски надзор преко комуналних инспектора.

Члан 105.

У вршењу инспекцијског надзора инспектор има сва права, дужности и овлашћења која су утврђена овим законом и законом којим се уређује поступак инспекцијског надзора надлежног инспекцијског органа.

Члан 106.

У вршењу надзора, надлежни орган, односно надлежни инспектор ће решењем забранити оглашавање или вршење других активности када су започете или се обављају под условима или на начин забрањен или на други начин противан одредбама овог закона.

Решењем из става 1. овог члана утврђује се рок и начин отклањања неправилности ако се исте могу отклонити, односно рок и начин за отклањање штетних последица које су настале извршењем активности која се решењем забрањује, као и уклањање средства оглашавања са јавне површине или средства јавног саобраћаја ако се њиме рекламирају ти производи.

Рок из става 2. овог члана за отклањање неправилности не може бити дужи од 15 дана од дана уручења решења, а рок за отклањање штетних последица не може бити дужи од 30 дана од дана уручења решења из става 1. овог члана.

Забрана изречена на начин из ст. 1. и 2. овог члана траје док се не отклоне утврђене неправилности, односно док се не отклоне штетне последице.

Решење из става 1. овог члана доноси се у року од 48 сати од дана окончања поступка инспекцијског надзора. Против овог решења може се изјавити жалба надлежном другостепеном органу у року од три дана од дана достављања.

Жалба из става 5. овог члана не одлаже извршење решења.

Х. КАЗНЕНЕ ОДРЕДБЕ

1. Привредни преступи

Члан 107.

Новчаном казном од 300.000 до 3.000.000 динара казниће се за привредни преступ предузеће или друго правно лице ако:

1) огласном поруком препоручује оглашивача, његову активност, производ, услугу или другу препоруку противно услову из члана 12. овог закона;

2) врши оглашавање у оквиру делатности која се не може обављати без издате сагласности, дозволе или другог акта државног органа, а та сагласност, дозвола или други акт државног органа није издат (члан 13);

3) врши оглашавање којим се у огласној поруци неистинито означава или означи на начин који ствара заблуду у погледу произвођача, односно даваоца услуге, цене, начина продаје, испоруке и исплате цене, порекла, квалитета, количине, употребљивости, услова гаранције, сервисних могућности, званичних признања или другог својства (члан 49. ст. 1. и 2);

4) производ или услугу у огласној поруци означи називом који им по саставу, квалитету, количини, употребљивости или другом својству не припада (члан 49. став 3);

5) оглашавањем примаоца огласне поруке доводи у заблуду у погледу цене производа оглашавањем распродаје, привидног снижења цене производа или услуга, као и оглашавањем нетачног износа снижења цена или других погодности (члан 51. став 1);

6) при оглашавању предстојеће или већ започете распродаје, не означи или нетачно означи време њеног трајања, као и врсту производа на коју се распродаја односи или врсту услуге на коју се снижење цена односи (члан 51. став 2);

7) при оглашавању производа или услуге по ценама повлашћеним за одређене категорије лица, за одређено подручје и одређени период времена, не означи или нетачно означи категорију лица на коју се повлашћена цена односи, односно подручје и време за које повлашћена цена важи (члан 51. став 3);

8) обећа поклон у огласној поруци употребом речи: "бесплатно", "плати један узми два", "два за један" и сл., а производ или услугу нуди по већој цени од важеће цене понудиоца за тај производ или услугу (члан 52. став 1);

9) огласном поруком купца производа, односно корисника услуге доведе у заблуду о стварној вредности производа или услуге обећањем поклона (члан 52. став 2);

10) при оглашавању производа, односно услуге, купцу производа или кориснику услуге обећа имовинску корист или погодност чија је вредност знатно већа од уобичајене вредности поклона (члан 52. став 3);

11) врши оглашавање оружја, делова за оружје и муниције противно одредби члана 63. став 1. овог закона;

12) противно забрани из члана 64. став 1. овог закона врши оглашавање дувана и дуванских производа;

13) противно забрани из члана 64. ст. 2. и 3. овог закона врши дистрибуцију бесплатних дуванских производа грађанима, даје промотивни попуст за дуванске производе или истакне жиг или другу ознаку произвођача дувана и дуванског производа у огласној поруци којом се не препоручује произвођач дувана и дуванског производа, укључујући и огласну поруку којом се препоручује спонзорисана активност;

14) у огласној поруци приказује пушење или опонашање пушења, дуванске производе, њихову амбалажу и дувански дим (члан 66);

15) у огласној поруци којом се препоручује престанак, одвикавање и борба против пушења користи жиг или другу ознаку произвођача дуванских производа (члан 67. став 2);

16) противно забрани из члана 68. став 1. овог закона врши оглашавање алкохолних пића, осим пива и вина, укључујући свако истицање жига или друге ознаке алкохолног пића или произвођача тих пића;

17) оглашавање пива и вина врши противно одредби члана 68. став 2. овог закона или истакне жиг и другу ознаку произвођача тог производа, или противно забрани из члана 68. став 3. овог закона истакне жиг или другу ознаку алкохолног пића и произвођача алкохолних пића, осим вина и пива, у огласној поруци којом се не препоручују произвођач алкохолног пића, укључујући и огласну поруку којом се препоручује спонзорисана активност;

18) у огласној поруци приказује употребу или опонашање употребе алкохолних пића (члан 69);

19) у огласној поруци којом се препоручује одвикавање од зависности употребе алкохолних пића и борба против алкохолизма користи жиг или другу ознаку алкохолних пића или произвођача тих пића (члан 70. став 2);

20) врши оглашавање адвоката и адвокатских услуга противно правилима утврђеним Кодексом професионалне етике адвоката (члан 71).

Ако је оглашавањем које представља привредни преступ из става 1. остварена добит која је већа од половине или премашује висину горњег распона утврђене новчане казне из става 1, предузеће или друго правно лице казниће се већом новчаном казном од казне која је утврђена у ставу 1, у сразмери са висином учињене штете, неизвршене обавезе или вредности робе или друге ствари, односно користи која су предмет привредног преступа, али највише до троструке вредности тако остварене добити.

За привредни преступ из става 1. овог члана казниће се и одговорно лице у предузећу или другом правном лицу новчаном казном од 50.000 до 200.000 динара.

Уз казну за привредни преступ из става 1. овог члана може се изрећи заштитна мера забране обављања одређене привредне делатности правном лицу у трајању од једне до пет година, односно заштитна мера забране вршења одређених дужности одговорном лицу у трајању од једне до пет година и заштитна мера јавног објављивања пресуде.

2. Прекршаји

Члан 108.

Новчаном казном од 100.000 до 1.000.000 динара казниће се за прекршај правно лице ако:

- 1) се не придржава начела оглашавања поступајући противно одредбама члана 3-10. овог закона;
- 2) уз огласну поруку не достави декларацију која садржи прописане податке из члана 11. ст. 1. и 3. односно ако објави или емитује огласну поруку противно одредби члана 11. став 2. овог закона;
- 3) се не придржава времена трајања или времена емитовања ТВ оглашавања и ТВ продаје у програмима комерцијалних телевизијских станица, односно програмима јавног радиодифузног сервиса или ако емисију ТВ продаје не означи јасно сликом и звуком као ТВ продају (чл. 15. и 16);
- 4) емитује огласне поруке и поруке ТВ продаје противно одредбама члана 17. овог закона;
- 5) емитује огласне поруке у току спортских преноса посредством јавног радиодифузног сервиса противно одредбама члана 18. овог закона;
- 6) емитује блокове огласних порука и порука ТВ продаје противно одредбама члана 19. овог закона;
- 7) продаје услуге ТВ оглашавања и ТВ продаје на програмима установа јавног радиодифузног сервиса противно одредбама члана 20. ст. 1-5. овог закона, односно ако посредује, заступа или преузима улогу оглашивача у име и за рачун трећег лица противно одредби члана 20. став 6. овог закона;
- 8) оглашавањем на отвореном простору не обезбеђује сигурност пешака, моторних возила и других учесника у саобраћају, заштиту културно-историјских споменика и добара од општег интереса и очување и унапређење изгледа града, односно насељеног места (члан 24);
- 9) постави огласни пано, плакат односно огласно средство на јавној површини противно одредбама чл. 25. и 26. овог закона, укључујући и постављање осталих огласних средстава на отвореном простору, као што су стубови, балони, стајалишта јавног превоза, екрани, електронски дисплеји, светлећа слова и др.;
- 10) постави плакат на површини која није јавна без сагласности власника (члан 27), или постави таблу или носач огласне поруке за здравствену установу противно одредби члана 28. овог закона;
- 11) неистинито означи идентитет оглашивача, његову активност, производ или услугу (члан 30. тачка 1));
- 12) изостављањем важних података, употребом неодређених или вишезначних израза, застарелих и неажурних навода или других података изазива заблуду о идентитету оглашивача, његовој активности, производу или услузи и другим препорукама упућеним примаоцу огласне поруке (члан 30. тачка 2));
- 13) оглашавањем представља подражавање или копију другог лица, његове активности, производа или услуге или оглашавањем омаловажава, сумњичи или на други недостојан начин приказује идентитет другог лица, његове активности, производа или услуге (члан 30. тач. 3) и 4));
- 14) врши поређење оглашивача, његове активности, производа или услуге са другим оглашивачем, његовом активношћу, производом или услугом на штету другог, односно ради стицања материјалне користи (члан 30. тачка 5));
- 15) врши оглашавање алудирајући на другог, његово пословно име, назив, заштићени жиг, активност, производ или услугу, искоришћава углед другог лица на начин којим се доводе у заблуду примаоци огласне поруке (члан 30. тачка 6));
- 16) оглашавањем прикрива битне недостатке, опасна или штетна својства производа, услуга или других садржаја који се препоручују примаоцу огласне поруке (члан 31);
- 17) оглашивача, његову активност, производ или услугу неистинито упоређује са активностима, производима или услугама конкурента или којим се ствара заблуда на тржишту између оглашивача и конкурента (члан 32. став 1);
- 18) оглашивача, његову активност, производ, услугу или цену упоређује са другим оглашивачем, његовом активношћу, производом, услугом или ценом, ако су те активности, производи или услуге различите врсте или имају различит циљ или намену (члан 32. став 2);

19) оглашава производ или услугу као имитације или верне копије производа и услуга које носе заштићени трговачки, односно услужни знак или трговачко име или користи предност заштићеног знака или друге ознаке по којој се препознаје конкурент (члан 32. став 3);

20) оглашавањем користи углед или огласне поруке другог лица, без његовог одобрења (члан 33);

21) оглашавањем позива на бојкотовање другог лица, прекидање или спречавање успостављања односа са другим лицем (члан 34);

22) огласна порука садржи симболе чија је употреба противна прописима, пословним обичајима или моралу или употребљава заштићени знак, жиг, пословно име, трговачки назив, ознаку порекла производа или други знак, по коме се препознаје конкурент или противно закону употребљава заставу, химну и грб у оглашавању (члан 35);

23) противно забрани из члана 36. став 1. овог закона оглашава порнографски садржај или врши оглашавање противно одредбама члана 36. ст. 2-4;

24) у оглашавању неоправдано приказује употребу силе или претњу употребом силе (члан 37);

25) врши оглашавање којим се неоправдано приказује лице једног пола у доминантном положају у односу на лице другог пола, нарочито представљањем типичних облика ауторитета или других односа доминације једног пола у односу на лице другог пола (члан 38);

26) у огласној поруци приказује сексуално узнемиравање као прихватљиво, пожељно или уобичајено друштвено понашање (члан 39);

27) малолетна лица млађа од 16 година, у огласној поруци, доводи у везу са сексуалношћу (члан 40. став 1);

28) мушкарце и жене, у огласној поруци, приказује као дечаке и девојчице са сексуалним одликама одраслих (члан 40. став 2);

29) оглашавањем неоправдано искоришћава забринутост људи за очување здравља или здраве животне средине, као и недостатак њиховог знања о начинима и средствима заштите животне средине (члан 41);

30) врши оглашавање које подстиче или одобрава поступке који су забрањени прописима о заштити животне средине (члан 42);

31) огласна порука садржи неистините тврдње да производ или услуга имају позитиван или негативан утицај на заштиту здравља или животне средине, нарочито истицањем речи "еколошки сигуран", "еколошки нешкодљив", "еко храна", "здрава храна" и сличних речи или симбола који имају исто значење (члан 43);

32) огласна порука садржи лично добро из члана 44. овог закона без претходног пристанка лица на које се лично добро односи, односно лица из члана 44. ст. 2. и 3. овог закона ако се на основу огласне поруке може утврдити или препознати на које лице се лично добро односи;

33) лично добро јавних личности користи противно одредбама члана 48. овог закона;

34) у огласној поруци упоређује раније цене и важеће цене за исти производ или услугу истог понуђача ако је ранија цена одређена као фиктивна цена, ако је ранија цена битно виша од тржишне цене; ако је производ или услуга у занемарљиво кратком периоду била понуђена на тржишту по ранијој цени или никада није била нуђена по тој цени или ако је разлика између раније и важеће цене занемарљива (члан 53);

35) цену производа или услуге са којом се упоређује цена која се препоручује у огласној поруци неистинито прикаже (члан 54);

36) цену производа понудиоца у огласној поруци пореди са сугерисаном ценом произвођача или трговца на велико, ако је сугерисана цена битно виша од тржишне цене (члан 55);

37) у огласној поруци пореди цене производа или услуга различитог квалитета, односно цене производа са недостатком и без њега, без навођења да је нижа цена условљена нижим квалитетом, односно недостатком (члан 56);

38) огласна порука, којом упућује на телефонски број за који важи посебна тарифа не садржи износ те тарифе уочљив током целог трајања огласне поруке (члан 57);

39) огласном поруком намењеној малолетним лицима злоупотребљава недостатак искуства или знања малолетних лица и њихову лаковерност, нарочито путем онемогућавања и отежавања разликовања између стварности и маште (члан 73);

40) огласна порука намењена малолетним лицима садржи неистините податке о оглашавању производу или услузи, нарочито у погледу стварне величине, вредности, природе, трајности, брзине, боје и других својстава (члан 74);

41) у огласној поруци приказује резултат цртања, израде, склапања и моделовања, а способност за остварење тог резултата не одговара просечној способности малолетних лица којима је огласна порука намењена или ако у тој огласној поруци не наведе узраст малолетних лица којима је огласна порука намењена (члан 75);

42) огласна порука намењена малолетним лицима, уз податак о цени, садржи и вредносни суд о цени, а нарочито речи "само", "ситница", "у бесцење", "повољно" и слично (члан 76);

43) огласном поруком која је намењена малолетним лицима препоручује производ или услугу која није намењена малолетним лицима (члан 77);

44) огласном поруком која је намењена малолетним лицима препоручује лекове и медицинска средства, укључујући витамине, осим дечје пасте за зубе (члан 78);

45) врши оглашавање млека, друге хране и пића за новорођенчад и одојчад, као и прибора за њихово коришћење (члан 79. став 1);

46) врши оглашавање које подстиче понашање којим се угрожава здравље, психички и морални развој малолетних лица, или огласна порука садржи информацију која би навела то лице на понашање којим би могло да повреди свој физички, душевни, емоционални или други интегритет (члан 79. ст. 2. и 3);

47) огласна порука намењена малолетним лицима садржи приказ малолетног лица у опасној ситуацији, као што је: пењање на необезбеђене објекте; улазак у непознате просторије; разговор са непознатим људима; коришћење шибица, упаљача, бензина, лекова и електричних уређаја у домаћинству, осим ако огласна порука садржи упозорење на опасност по здравље и сигурност малолетног лица, односно његовог интегритета (члан 80);

48) огласна порука намењена малолетним лицима садржи приказ насиља, укључујући сцене насиља између анимираних ликова, лутака и сл. (члан 81);

49) огласна порука намењена малолетним лицима садржи податке којима се сугерише да ће коришћењем производа или услуге стећи физичке, интелектуалне или друге друштвене предности над осталим малолетним лицима која те производе или услуге не користе (члан 82);

50) огласна порука намењена малолетним лицима садржи обавештење којим се код малолетног лица нарушава углед или ауторитет родитеља, браће и сестара и других чланова породице или огласном поруком намењеној малолетној деци нарушава углед предшколских и школских установа (члан 83);

51) огласна порука намењена малолетним лицима садржи обавештења којима се злоупотребљава поверење малолетног лица према другим лицима, а нарочито према родитељима, браћи и сестрама и другим члановима породице, васпитачима, наставницима и лекарима (члан 84);

52) врши оглашавање у школи, предшколској установи или другој установи намењеној малолетним лицима, осим ако огласна порука служи заштити општег интереса и интереса малолетног лица и ако не препоручује одређеног произвођача производа или даваоца услуге (члан 85);

53) спонзорише медије, спортисте, спортске клубове, спортска такмичења, такмичења, укључујући и спонзорисање појединаца или учесника тих манифестација, односно спонзорише малолетна лица, њихове активности, као и лица или активности чију публику претежно чине малолетна лица, противно забрани из члана 89. овог закона;

54) не означи јасно спонзорство или ако имитацијом другог спонзора, његове активности или на други начин доводи у заблуду примаоца огласне поруке у погледу идентитета спонзора, спонзорисаног лица или активности, делатности спонзора, својстава његових производа, његовог утицаја и потенцијалних опасности по здравље или ако у огласној поруци, промоцији и спонзорисању не истакне јасно упозорење о постојању потенцијалне опасности по здравље (члан 90);

55) спонзорством ограничава креативну слободу спонзорисаног лица, његова права на самостално управљање, одређивање циља и садржаја спонзорисане активности (члан 91);

56) спонзорисањем угрози интегритет уметничког, спортског или културног садржаја спонзорисане активности, односно нашкоди угледу спонзорисаног лица (члан 92. став 1);

57) спонзорисаном активношћу мења назив, односно име спонзора, његов робни или услужни жиг, односно на други начин угрози углед или имиџ спонзора (члан 92. став 2);

58) не обезбеди заступљеност интереса сваког спонзора, односно не поступа у складу са одредбама члана 93. овог закона;

59) врши ТВ спонзорство противно одредбама члана 94. ст. 2. и 4. овог закона;

60) спонзорисану емисију не означи навођењем спонзора на почетку, током и на крају емисије, односно ако у спортским и културно-уметничким емисијама податке о спонзору не објављује на почетку и на крају предвиђених пауза (члан 95);

61) спонзоришући емисију утиче на садржај и време емитовања програма који је спонзорисао, као и на питања уређивачке концепције емитера или спонзорише информативне емисије осим спортских вести и временске прогнозе противно одредбама члана 96. овог закона, односно ако противно забрани из члана 98. овог закона спонзорише радио програм;

62) не чува објављену огласну поруку у облику који дозвољава увид у ту поруку, податке о месту, времену и учесталости оглашавања, као и декларацију за огласну поруку у року из члана 99. став 1. овог закона или онемогући увид у огласну поруку, евиденцију и декларацију у року из члана 99. став 2. овог закона.

За радње из става 1. овог члана казниће се одговорно лице у правном лицу новчаном казном од 20.000 до 50.000 динара.

За радње из става 1. овог члана казниће се предузетник новчаном казном од 100.000 до 500.000 динара, односно физичко лице новчаном казном од 20.000 до 50.000 динара.

Уз новчану казну за прекршај из става 1. овог члана може се изрећи заштитна мера забране обављања одређених делатности правном лицу у трајању од шест месеци до једне године, заштитна мера забране обављања одређених послова одговорном лицу у трајању од шест месеци до једне године.

Уз новчану казну за прекршај из става 3. овог члана може се изрећи заштитна мера забране обављања одређених делатности предузетнику у трајању од шест месеци до једне године.

Члан 109.

Новчаном казном од 100.000 до 500.000 динара казниће се за прекршај предузетник ако:

1) огласном поруком препоручује оглашивача, његову активност, производ, услугу или другу препоруку противно услову из члана 12. овог закона;

2) врши оглашавање у оквиру делатности која се не може обављати без издате сагласности, дозволе или другог акта државног органа, а та сагласност, дозвола или други акт државног органа није издат (члан 13);

3) врши оглашавање којим се у огласној поруци неистинито означава или означи на начин који ствара заблуду у погледу произвођача, односно даваоца услуге, цене, начина продаје, испоруке и исплате цене, порекла, квалитета, количине, употребљивости, услова гаранције, сервисних могућности, званичних признања или другог својства (члан 49. ст. 1. и 2);

4) производ или услугу у огласној поруци означи називом који им по саставу, квалитету, количини, употребљивости или другом својству не припада (члан 49. став 3);

5) оглашавањем примаоца огласне поруке доводи у заблуду у погледу цене производа оглашавањем распродаје, привидног снижења цене производа или услуга, као и оглашавањем нетачног износа снижења цена или других погодности (члан 51. став 1);

6) при оглашавању предстојеће или већ започете распродаје, не означи или нетачно означи време њеног трајања, као и врсту производа на коју се распродаја односи или врсту услуге на коју се снижење цена односи (члан 51. став 2);

7) при оглашавању производа или услуге по ценама повлашћеним за одређене категорије лица, за одређено подручје и одређени период времена, не означи или нетачно означи категорију лица на коју се повлашћена цена односи, односно подручје и време за које повлашћена цена важи (члан 51. став 3);

8) обећа поклон у огласној поруци употребом речи: "бесплатно", "плати један узми два", "два за један" и сл., а производ или услугу нуди по већој цени од важеће цене понудиоца за тај производ или услугу (члан 52. став 1);

9) огласном поруком купца производа, односно корисника услуге доведе у заблуду о стварној вредности производа или услуге обећањем поклона (члан 52. став 2);

10) при оглашавању производа, односно услуге, купцу производа или кориснику услуге обећа имовинску корист или погодност чија је вредност знатно већа од уобичајене вредности поклона (члан 52. став 3);

11) врши оглашавање оружја, делова за оружје и муниције противно одредби члана 63. став 1. овог закона;

12) противно забрани из члана 64. став 1. овог закона врши оглашавање дувана и дуванских производа;

13) противно забрани из члана 64. ст. 2. и 3. овог закона врши дистрибуцију бесплатних дуванских производа грађанима, даје промотивни попуст за дуванске производе или истакне жиг или другу ознаку произвођача дувана и дуванског производа у огласној поруци којом се не препоручује произвођач дувана и дуванског производа, укључујући и огласну поруку којом се препоручује спонзорисана активност;

14) у огласној поруци приказује пушење или опонашање пушења, дуванске производе, њихову амбалажу и дувански дим (члан 66);

15) у огласној поруци којом се препоручује престанак, одвикавање и борба против пушења користи жиг или другу ознаку произвођача дуванских производа (члан 67. став 2);

16) противно забрани из члана 68. став 1. овог закона врши оглашавање алкохолних пића, осим пива и вина, укључујући свако истицање жига или друге ознаке алкохолног пића или произвођача тих пића;

17) оглашавање пива и вина врши противно одредби члана 68. став 2. овог закона или истакне жиг и другу ознаку произвођача тог производа, или противно забрани из члана 68. став 3. овог закона истакне жиг или другу ознаку алкохолног пића и произвођача алкохолних пића, осим вина и пива, у огласној поруци којом се не препоручује произвођач алкохолног пића, укључујући и огласну поруку којом се препоручује спонзорисана активност;

18) у огласној поруци приказује употребу или опонашање употребе алкохолних пића (члан 69);

19) у огласној поруци којом се препоручује одвикавање од зависности употребе алкохолних пића и борба против алкохолизма користи жиг или другу ознаку алкохолних пића или произвођача тих пића (члан 70. став 2);

20) врши оглашавање адвоката и адвокатских услуга противно правилима утврђеним Кодексом професионалне етике адвоката (члан 71).

Уз новчану казну за прекршај из става 1. овог члана може се изрећи заштитна мера забране обављања одређених делатности предузетнику у трајању од шест месеци до једне године.

За радње из става 1. овог члана казниће се физичко лице новчаном казном у износу од 20.000 до 50.000 динара.

XI. ПРЕЛАЗНЕ И ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 110.

Даном почетка примене овог закона престају да важе одредбе:

- чл. 17. и 18. и члана 39. став 1. тач. 3) и 4) Закона о здравственој исправности животног намирница и предмета опште употребе ("Службени лист СФРЈ", број 53/91 и "Службени лист СРЈ", бр. 24/94, 28/96 и 37/02);

- чл. 104-105, чл. 107-112. и члана 113. став 1. тач. 16)-18) и тач. 20)-26) Закона о радиодифузији ("Службени гласник РС", бр. 42/02, 97/04 и 76/05).

Члан 111.

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