

ZAKON O OGLAŠAVANJU

*

ZAKON O ZAŠTITI KONKURENCIJE

*(Usvojeni u Narodnoj skupštini Srbije
14. septembra 2005. godine,
objavljeni u Službenom glasniku Republike Srbije broj 79)*

Oktobar 2005. godine

Z A K O N

O OGLAŠAVANJU

I. OSNOVNE ODREDBE

1. Predmet

Član 1.

Ovim zakonom uređuju se uslovi i način oglašavanja, prava i obaveze oglašivača, proizvođača i prenosilaca oglasnih poruka, kao i prava primalaca oglasnih poruka.

2. Pojmovi

Član 2.

Pojedini izrazi upotrebljeni u ovom zakonu imaju sledeće značenje:

1) **oglašavanje** jeste obaveštavanje preko oglasnog sredstva kojim se preporučuje oglašivač, njegova aktivnost, proizvod, usluga ili druga preporuka sa ciljem da je primalac kome je upućena prihvati ili koristi;

2) **oglasna poruka** jeste poruka kojom se preporučuje oglašivač, njegova aktivnost, proizvod ili usluga;

3) **oglasno sredstvo** jeste letak, prospekt, ambalaža proizvoda, plakat, fotografija, ogledni karton, pano, transparent, bilbord, rasvetno telo, displej, motorno vozilo, sredstvo poslovne komunikacije (memorandum, koverta, poslovna karta), sredstvo poslovne reprezentacije (čestitka, kalendar, rokovnik), kao i druga sredstva pomoću kojih se oglasna poruka može učiniti dostupnom primaocu;

4) **oglašivač** jeste pravno lice, preduzetnik ili fizičko lice čije poslovno ime, ličnost, aktivnost, proizvod ili uslugu preporučuje oglasna poruka;

5) **proizvođač oglasne poruke** jeste pravno lice ili preduzetnik koji je registrovan za obavljanje delatnosti projektovanja oglasnih aktivnosti, kreiranja ili produkcije oglasnih poruka, planiranja ili zakupa oglasnog prostora u javnim glasilima, odnosno za pojedine faze procesa oglašavanja;

6) **prenosilac oglasne poruke** jeste javno glasilo (novine, radio program, televizijski program, servis novinskih agencija, internet i druga elektronska izdanja javnih glasila i druga sredstva informisanja namenjena javnoj distribuciji i neodređenom broju korisnika) čiju osnovnu ili sporednu sadržinu čine oglasne poruke;

7) **drugi prenosioci oglasnih poruka** jesu pravna lica ili preduzetnici koji u izlozima svojih poslovnih prostorija ili na drugom mestu izlože oglasno sredstvo, odnosno oglasnu poruku, kao i organizatori kulturno-zabavnih, sportskih ili drugih javnih manifestacija koji oglasne poruke prenose svom auditorijumu;

8) **primalac oglasne poruke** jeste potrošač, korisnik usluga i drugo lice kome je upućena oglasna poruka;

9) **prodajno mesto** jeste poslovna prostorija, odnosno prostor gde se obavlja registrovana delatnost u skladu sa zakonom;

10) **otvoreni prostor** jeste javna površina kao i druga površina na kojoj se mogu postavljati oglasna sredstva.

3. Načela oglašavanja

3.1. Načelo slobode oglašavanja

Član 3.

Oglašavanje je slobodno.

Oglašavanje se obavlja u skladu sa zakonom, drugim propisima, dobrim poslovnim običajima i profesionalnom etikom.

Strana pravna i fizička lica imaju u oglašavanju ista prava i obaveze kao i domaća lica.

3.2. Načelo istinitosti, potpunosti i određenosti oglasne poruke

Član 4.

Oglasna poruka mora da bude istinita, potpuna i određena, u skladu sa zakonom, dobrim poslovnim običajima lojalne konkurencije i profesionalnom etikom.

Istinita, potpuna i određena oglasna poruka sadrži podatke koji su pouzdani i iskustvom potvrđeni, odnosno u kojoj nisu izostavljeni podaci koji su od značaja za sticanje prave predstave o predmetu oglašavanja.

Ako se oglasna poruka poziva na mišljenja određenih naučnika ili stručnjaka, ona moraju biti potvrđena, dokumentovana, aktuelna i proverljiva.

Oglasna poruka može da sadrži statističke podatke ili rezultate ankete, pod uslovom da se na taj način podacima iz oglasne poruke ne daje veća vrednost od one koju stvarno imaju.

Oglasna poruka može da sadrži naučnu ili prividno naučnu terminologiju, pod uslovom da se na taj način podatku iz oglasne poruke ne daje naučni karakter koji taj podatak nema.

3.3. Načelo prepoznatljivosti oglasne poruke

Član 5.

Poruka koja predstavlja oglasnu poruku mora biti prepoznatljiva.

Ako se oglasna poruka pojavljuje zajedno sa drugom porukom, odnosno obaveštenjem, koja nema oglasnu prirodu, oglasna poruka mora biti jasno označena.

Zabranjeno je oglašavanje usmereno na podsvest, kao i preporučivanje proizvoda i usluga tokom emisija koje nisu namenjene oglašavanju i drugi oblici skrivenog oglašavanja.

3.4. Načelo zabrane zloupotrebe poverenja

Član 6.

Oglasnom porukom ne može da se zloupotrebljava poverenje, odnos zavisnosti ili privrženosti, lakovernost, nedostatak iskustva ili znanja i sujeverje primalaca oglasne poruke.

Oglasna poruka ne može da sadrži elemente kojima se otvoreno ili prikriveno preti, izaziva, podržava, odnosno potpomaže nasilje ili neopravdan strah ili kojima se vrši obraćanje primaocima poruke sa stanovišta autoriteta podređenima, maloletnim licima, ekonomski ili na drugi način zavisnim licima.

3.5. Načelo zabrane diskriminacije

Član 7.

Oglašavanje ne može, neposredno ili posredno, da podstiče na diskriminaciju po bilo kom osnovu, a naročito po osnovu rase, boje kože, pola, nacionalne pripadnosti, društvenog porekla, rođenja, veroispovesti, političkog ili drugog ubeđenja, imovinskog stanja, kulture, jezika, starosti, psihičkog ili fizičkog invaliditeta.

Ne može se odbiti objavljivanje, odnosno emitovanje oglasne poruke zbog rasne, nacionalne ili etničke pripadnosti, pola ili drugog ličnog svojstva lica koje traži objavljivanje, odnosno emitovanje oglasne poruke.

3.6. Načelo zabrane povrede morala

Član 8.

Oglasna poruka ne može da sadrži izjave ili vizuelno predstavljanje kojima se izaziva asocijacija koja se u okolnostima konkretnog slučaja može smatrati nepristojnom, a naročito s obzirom na sadržaj oglasne poruke, način i sredstva oglašavanja, senzibilitet lica kojima je upućena, kao i vrstu oglašivača, aktivnosti, proizvoda ili usluge koja se oglašava.

3.7. Načelo zabrane pojedinačnog oglašavanja ličnim obraćanjem

Član 9.

Oglasna poruka ne može da se uputi pojedinačno određenom licu, ako je ono jasno izrazilo volju da mu se ona ne upućuje.

Nije dopušteno oglašavanje slanjem nenaručene robe, kao ni direktnim obraćanjem licu na javnom mestu ako je određeno lice jasno izrazilo volju da mu se ne može obratiti i ako takvo obraćanje nije u skladu sa propisanim uslovima i načinom oglašavanja.

Zabranjeno je oglašavanje slanjem oglasnih poruka putem pozivnih sredstava sa i bez ljudskog posredovanja, putem telefaks uređaja ili elektronskih poruka, bez saglasnosti primaoca oglasne poruke.

3.8. Načelo zabrane povrede konkurencije, stvaranja i održavanja dominantnog položaja

Član 10.

Zabranjeno je odbiti objavljivanje, odnosno emitovanje oglasne poruke ako se neobjavljivanjem te poruke vrši povreda konkurencije, stvara ili održava dominantan položaj učesnika u tržišnoj utakmici.

II. USLOVI I NAČIN OGLAŠAVANJA

1. Uslovi za oglašavanje

Deklaracija

Član 11.

Oglašivač je dužan da licu koje objavljuje odnosno emituje oglasnu poruku, uz oglasnu poruku dostavi i popunjen obrazac (u daljem tekstu: deklaracija), koji naročito sadrži podatke o:

1) proizvođaču oglasne poruke (poslovno ime i sedište, broj pod kojim je registrovan u odgovarajućem registru za obavljanje delatnosti proizvodnje oglasnih poruka, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj, broj lične karte i mesto izdavanja lične karte odgovornog lica);

2) oglašivaču (poslovno ime i sedište, broj pod kojim je registrovan za obavljanje delatnosti u okviru koje je predmet oglašavanja, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj, broj lične karte i mesto izdavanja lične karte odgovornog lica);

3) oglasnoj poruci (tekst, trajanje, dimenzije, način oglašavanja, autoru teksta, muzike, fotografije, ilustracije, dizajna, reditelju, snimatelju slike ili zvuka, izvođaču čiji se lik ili glas koristi u oglasnoj poruci, kao i podaci o drugim autorima u smislu propisa o zaštiti autorskih i izvođačkih prava).

Ako oglašivač uz oglasnu poruku ne dostavi deklaraciju ili dostavljena deklaracija ne sadrži propisane podatke, oglasna poruka neće biti objavljena odnosno emitovana.

Ministar nadležan za poslove trgovine bliže propisuje sadržinu deklaracije.

Član 12.

Oglasnom porukom može se preporučivati oglašivač, njegova aktivnost, proizvod, usluga ili druga preporuka, pod uslovom da obavljanje te aktivnosti ili proizvodnja i promet tih proizvoda i pružanje tih usluga nisu zabranjeni zakonom.

Član 13.

Ako je za delatnost u okviru koje je predmet oglašavanja zakonom propisano da se može obavljati samo na osnovu saglasnosti, dozvole ili drugog akta državnog organa, oglašavanje se može obavljati ako je izdata ta saglasnost, dozvola ili drugi akt državnog organa.

2. Način oglašavanja

TV oglašavanje i TV prodaja

Član 14.

TV oglašavanje u smislu ovog zakona jeste emitovanje oglasnih poruka uz naknadu ili bez naknade, radi preporučivanja oglašivača, njegove aktivnosti, proizvoda, usluga ili drugih preporuka, sa ciljem da je primalac kome je upućena prihvati ili koristi.

TV oglašavanje bez naknade vrši se u slučajevima:

1) televizijskog oglašavanja iz samopromotivnih razloga kojim se gledaoci obaveštavaju o sadržini programa koji će biti emitovan u narednih sedam dana, uključujući oglašavanje pojedinih emisija iz programa;

2) saopštenja javnih službi i oglasne poruke neprofitnih organizacija za dobrotvorne i humanitarne akcije kao i njihovi pozivi na dobrotvornu ili humanitarnu akciju koji se obavljaju bez naknade;

3) emitovanja znaka identifikacije TV programa.

TV prodaja u smislu ovog zakona jeste emitovanje uz naknadu neposrednih ponuda proizvoda ili usluga, uključujući nepokretne stvari, prava i obaveze.

Vreme trajanja TV oglašavanja i TV prodaje u programima komercijalnih televizijskih stanica

Član 15.

Vreme trajanja TV oglašavanja i TV prodaje u programima komercijalnih televizijskih stanica mogu iznositi najviše 20% od ukupno dnevno emitovanog programa.

Vreme trajanja TV oglašavanja u programima komercijalnih televizijskih stanica može iznositi najviše 15% od ukupno dnevno emitovanog programa.

U okviru jednog punog sata emitovanog programa na televizijskim stanicama iz stava 1. ovog člana, dozvoljeno je emitovati najviše 12 minuta oglasnih poruka i poruka TV prodaje.

Ako se na komercijalnoj televizijskoj stanici emituje TV prodaja kao posebna emisija, ta emisija mora trajati najmanje 15 minuta neprekidno, a tokom dana može se emitovati najviše do šest emisija TV prodaje u ukupnom trajanju od najviše tri sata.

Emisija iz stava 4. ovog člana mora biti slikom i zvukom jasno označena kao TV prodaja.

Ograničenja iz stava 4. ovog člana ne odnose se na programe namenjene isključivo TV prodaji.

Vreme trajanja TV oglašavanja i TV prodaje u programima javnog radiodifuznog servisa

Član 16.

U programima javnog radiodifuznog servisa vreme trajanja TV oglašavanja TV prodaje može iznositi najviše 10% od ukupno dnevno emitovanog programa.

U okviru jednog punog sata programa javnog radiodifuznog servisa može se emitovati najviše šest minuta oglasnih poruka.

Emisije TV prodaje mogu se emitovati u programima javnog radiodifuznog servisa samo u vremenu između 00:00 časova i 06:00 časova, pod uslovima iz člana 15. st. 4. i 5. ovog zakona.

Odredbe st. 1. do 3. ovog člana primenjuju se i na televizijske stanice civilnog sektora, kao i na televizijske stanice lokalnih i regionalnih zajednica.

Način emitovanja oglasne poruke i poruke TV prodaje

Član 17.

Oglasne poruke i poruke TV prodaje emituju se između pojedinih emisija.

Ako su ispunjeni uslovi predviđeni ovim zakonom, oglasne poruke i poruke TV prodaje mogu da se emituju i u toku emisije na način kojim se ne narušava celokupnost i vrednost te emisije odnosno ne povređuju autorska prava.

Ako se emisija sastoji od posebnih delova ili ako sportski, kulturni ili sličan događaj koji se prenosi ima pauze (poluvreme, tajm-aut i sl.) oglasne poruke i poruke TV prodaje mogu se emitovati samo između delova emisije, odnosno u pauzama.

Emitovanje audiovizuelnih dela kao što su filmovi ili TV filmovi, osim serijala, serija, zabavnog i dokumentarnog programa, može se prekinuti radi emitovanja oglasne poruke ili TV prodaje samo ako ta dela traju duže od 45 minuta, i to jednom na svakih 45 minuta.

Ako emitovanje audiovizuelnih dela iz stava 4. ovog člana traje duže od 90 minuta, dodatni prekidi su dozvoljeni po jednom za svakih narednih 45 minuta, s tim da između svaka dva prekida mora da protekne najmanje 20 minuta.

Ako se programi prekidaju emitovanjem oglasnih poruka ili poruka TV prodaje, između dva bloka emitovanja oglasnih poruka ili poruka TV prodaje mora proći najmanje 20 minuta, osim u slučajevima iz stava 3. ovog člana.

U emisijama vesti i dokumentarnim emisijama emitovanje oglasnih poruka ili poruka TV prodaje može se vršiti pod uslovima i na način iz st. 1. do 6. ovog člana, ako te emisije traju duže od 30 minuta.

Prenosi verskih obreda ne mogu se prekidati emitovanjem oglasnih poruka i poruka TV prodaje.

U emisijama religijske sadržine koje traju duže od 30 minuta mogu se emitovati oglasne poruke i poruke TV prodaje koje su u skladu sa sadržinom emisije, pod uslovima iz st. 1. do 6. ovog člana.

U dečjim emisijama koje traju duže od 30 minuta mogu se emitovati samo oglasne poruke namenjene deci pod uslovima iz st. 1. do 6. ovog člana.

Emitovanje oglasnih poruka u toku sportskih prenosa posredstvom javnog radiodifuznog servisa

Član 18.

Prenosi međunarodnih sportskih događaja od nacionalnog značaja (olimpijske igre, svetska i evropska prvenstva i sl.) posredstvom javnog radiodifuznog servisa mogu se prekidati emitovanjem oglasnih poruka i poruka TV prodaje najduže devet minuta po času, s tim da ukupno dnevno emitovanje oglasnih poruka i poruka TV prodaje može trajati najduže 10% od ukupno dnevno emitovanog sportskog programa.

Listu međunarodnih sportskih događaja iz stava 1. ovog člana utvrđuje Republička radiodifuzna agencija.

Način emitovanja blokova oglasnih poruka i poruka TV prodaje

Član 19.

Oglasne poruke i poruke TV prodaje se emituju po pravilu u blokovima.

Početak i kraj blokova oglasnih poruka i poruka TV prodaje mora biti prepoznatljiv i odvojen od ostalih programskih sadržaja zvukom i slikom.

Vreme trajanja najavnih i odjavnih špica blokova oglasnih poruka i poruka TV prodaje uračunava se u ukupno vreme trajanja oglasnih poruka i poruka TV prodaje.

***Način prodaje usluga TV oglašavanja i TV prodaje na programima
ustanova javnog radiodifuznog servisa***

Član 20.

Ustanova javnog radiodifuznog servisa može svoje usluge emitovanja oglasnih poruka i poruka TV prodaje prodati trećim licima najviše za godinu dana unapred.

Ukupna vrednost usluga iz stava 1. ovog člana ne može biti veća od 60% od ukupne vrednosti programa namenjenog TV oglašavanju i TV prodaji u jednoj godini.

Vrednost usluge iz stava 1. ovog člana prodata jednom licu ili grupi povezanih lica u smislu zakona kojim se uređuje porez na dobit preduzeća, ne može iznositi više od 10% od ukupne vrednosti programa namenjenog TV oglašavanju i TV prodaji u jednoj godini.

Lice iz stava 1. ovog člana ne može svoje pravo na emitovanje oglasnih poruka ili poruka TV prodaje ustupiti drugom licu po ceni većoj od cene utvrđene cenovnikom ustanove javnog radiodifuznog servisa, na kojoj će se oglasna poruka ili TV prodaja emitovati, na dan kada je lice koje ustupa pravo to pravo pribavilo.

Zabranjeno je da ustanova javnog radiodifuznog servisa ustupa trećim licima pravo na isključivu prodaju usluga emitovanja oglasnih poruka u njenim TV programima.

Ustanova javnog radiodifuznog servisa i radio i televizijska stanica civilnog sektora ne mogu da budu posrednici, zastupnici, ili da preuzimaju ulogu oglašivača u ime i za račun trećeg lica.

TV programi isključivo namenjeni samopromociji

Član 21.

Odredbe ovog zakona o TV oglašavanju i TV prodaji shodno se primenjuju i na TV programe namenjene isključivo samopromociji.

Drugi vidovi TV oglašavanja na ovakvim programima dozvoljeni su pod uslovima iz člana 15. stav 3. ovog zakona.

TV programi isključivo namenjeni TV prodaji

Član 22.

Odredbe ovog zakona o TV oglašavanju i TV prodaji shodno se primenjuju i na TV programe namenjene isključivo TV prodaji.

2. Oglašavanje na radiju

Član 23.

Na oglašavanje na radiju shodno se primenjuju odredbe čl. 16, 18, 19. i 20. ovog zakona.

3. Oglašavanje na otvorenom prostoru

Član 24.

Oglašavanje na otvorenom prostoru vrši se na način kojim se obezbeđuje sigurnost pešaka, motornih vozila i drugih učesnika u saobraćaju, zaštita kulturno-istorijskih spomenika i dobara od opšteg interesa i očuvanje i unapređenje izgleda grada, odnosno naseljenog mesta.

Postavljanje oglasnih panoa na javnim površinama

Član 25.

Na javnim površinama oglasni pano se može postaviti na osnovu dozvole nadležnog organa.

Nadležni organ može da dobije izdavanje dozvole iz stava 1. ovog člana, ako utvrdi da bi postavljanje oglasnog panoa na javnoj površini ugrozilo sigurnost pešaka, motornih vozila i drugih učesnika u saobraćaju i zaštitu kulturno-istorijskih spomenika i dobara od opšteg interesa ili narušilo očuvanje i unapređenje izgleda grada, odnosno naseljenog mesta.

Postavljanje plakata na javnim površinama

Član 26.

Oglašavanje na plakatu postavljenom na javnoj površini dozvoljeno je:

1) ako je plakat postavljen na javnoj površini koja je za te namene određena odlukom opštine, grada ili organizacije koja upravlja javnom površinom;

2) ako je za postavljanje plakata na javnoj površini potrebna dozvola opštine, grada, odnosno organizacije koja upravlja javnom površinom, po pribavljanju te dozvole;

3) ako je odlukom opštine, grada, odnosno organizacije za upravljanje javnom površinom određeno slobodno mesto za postavljanje svakog pojedinačnog plakata na određenoj javnoj površini i vreme za koje se plakat može postaviti, po pribavljanju te dozvole.

Postavljanje plakata na ostalim površinama

Član 27.

Na površinama koje nisu javne, postavljanje plakata dozvoljeno je samo uz saglasnost vlasnika, odnosno korisnika te površine.

Nosač oglasne poruke koja sadrži podatke o poslovnom imenu, sedištu i osnivaču zdravstvene ustanove

Član 28.

Tabla ili drugi nosač oglasne poruke koji sadrži podatke o poslovnom imenu, sedištu i osnivaču zdravstvene ustanove, odnosno drugog oblika zdravstvene službe i radnog vremena mora biti pravougaonog ili kvadratnog oblika, dimenzija koje ne mogu biti veće od 35 x 50 centimetara, postavljen na zid pored ulaza u zgradu u kojoj se nalazi poslovna prostorija za obavljanje zdravstvene delatnosti.

Tabla ili drugi nosač oglasne poruke iz stava 1. ovog člana sadrži i druge podatke u skladu sa zakonom kojim se uređuje zdravstvena delatnost.

Postavljanje ostalih oglasnih sredstava

Član 29.

Postavljanje ostalih oglasnih sredstava na otvorenom prostoru, kao što su stubovi, baloni, stajališta javnog prevoza, ekrani, elektronski displeji, svetleća slova i dr. vrši se na način i pod uslovima iz člana 25. ovog zakona.

III. NEISTINITO, UPOREĐUJUĆE I PREVARNO OGLAŠAVANJE

Član 30.

Zabranjeno je:

1) oglašavanje kojim se neistinito označava identitet oglašivača, njegova aktivnost, proizvod ili usluga;

2) izostavljanje važnih podataka, upotreba neodređenih ili višeznačnih izraza, zastarelih ili neažurnih navoda ili drugih podataka koji izazivaju zabludu o identitetu oglašivača, njegovoj aktivnosti, proizvodu ili usluzi (vrsti, svojstvima, kvalitetu, poreklu ili drugim podacima o proizvodu ili usluzi) i drugim preporukama upućenim primaocu oglasne poruke;

3) oglašavanje koje predstavlja podražavanje ili kopiju drugog lica, njegove aktivnosti, proizvoda ili usluga;

4) oglašavanje kojim se omalovažava, sumnjiči ili na drugi nedostojan način prikazuje identitet drugog lica, njegove aktivnosti, proizvoda ili usluge;

5) poređenje oglašivača, njegove aktivnosti, proizvoda ili usluge sa drugim oglašivačem, njegovom aktivnošću, proizvodom ili uslugom na štetu drugog, odnosno radi sticanja materijalne koristi;

6) oglašavanje kojim se aludirajući na drugoga, njegovo poslovno ime, naziv, zaštićeni žig, aktivnost, proizvod ili uslugu, iskorišćava ugled tog drugog lica na način kojim se dovode u zabludu primaoci oglasne poruke.

Član 31.

Oglašavanjem se ne mogu prikrivati bitni nedostaci, opasna ili štetna svojstva proizvoda, usluga ili drugih sadržaja koji se preporučuju primaocu oglasne poruke.

Član 32.

Zabranjeno je oglašavanje kojim se oglašivač, njegova aktivnost, proizvod ili usluga neistinito upoređuje sa aktivnostima, proizvodima ili uslugama konkurenta na štetu konkurenta ili kojim se stvara zabluda na tržištu između oglašivača i konkurenta.

Zabranjeno je oglašavanje kojim se oglašivač, njegova aktivnost, proizvod, usluga ili cena upoređuje sa drugim oglašivačem, njegovom aktivnošću, proizvodom, uslugom ili cenom, ako su te aktivnosti, proizvodi ili usluge različite vrste ili imaju različit cilj ili namenu.

Zabranjeno je oglašavati proizvode ili usluge kao imitacije ili verne kopije proizvoda i usluga koje nose zaštićeni trgovački znak ili trgovačko ime, kao i koristiti prednost zaštićenog znaka ili druge oznake po kojoj se prepoznaje konkurent.

Član 33.

Zabranjeno je oglašavanje korišćenjem ugleda ili oglasne poruke drugog lica, bez njegovog odobrenja.

Oglašavanje sa pozivom na bojkot

Član 34

Zabranjeno je oglašavanje kojim se poziva na bojkotovanje drugog lica, prekidanje ili sprečavanje uspostavljanja odnosa sa drugim licem.

Oglašavanje sa nedozvoljenim simbolima

Član 35.

Oglasna poruka ne može da sadrži simbole čija je upotreba protivna propisima, poslovnim običajima ili moralu.

Zabranjena je neovlašćena upotreba zaštićenog znaka, žiga, poslovnog imena, trgovačkog naziva, oznake porekla proizvoda ili drugog znaka, po kojima se prepoznaje konkurent.

Upotreba zastave, himne i grba u oglašavanju mora biti u skladu sa zakonom kojim se uređuje upotreba tih državnih simbola.

Oglašavanje pornografije

Član 36.

Zabranjeno je oglašavanje sa pornografskim sadržajem, osim u pornografskoj štampi.

Oglasna poruka čiji sadržaj nije pornografski, a koja upućuje na pornografiju (hot-lajn, oglasna poruka za pornografsku štampu, filmove) zabranjena je, osim na televizijskim i radio programima u vremenu od 00:00 časova do 05:00 časova i u pornografskoj štampi.

Zabranjeno je oglašavanje koje upućuje na pornografiju u specijalizovanim televizijskim i radio programima za maloletna lica, kao i u televizijskim i radio programima, koji se emituju u vremenskom periodu iz stava 2. ovog člana, a namenjeni su maloletnim licima.

Pornografska štampa na naslovnoj i poslednjoj strani ne može da sadrži pornografsku oglasnu poruku.

Prikazivanje upotrebe sile

Član 37.

Zabranjeno je oglašavanje kojim se neopravdano prikazuje upotreba sile ili pretnja upotrebe sile.

Zabrana isticanja dominantnog položaja lica jednog pola u odnosu na lice drugog pola

Član 38.

Zabranjeno je oglašavanje kojim se neopravdano prikazuje lice jednog pola u dominantnom položaju u odnosu na lice drugog pola, naročito predstavljanjem tipičnih oblika autoriteta ili drugih odnosa dominacije lica jednog pola u odnosu na lice drugog pola.

Član 39.

Zabranjeno je u oglasnoj poruci prikazivati seksualno uznemiravanje kao prihvatljivo, poželjno ili uobičajeno društveno ponašanje.

Član 40.

Maloletna lica mlađa od 16 godina ne mogu da se u oglasnoj poruci dovode u vezu sa seksualnošću.

Muškarci i žene ne mogu da se u oglasnoj poruci prikazuju kao dečaci ili devojčice sa seksualnim odlikama odraslih.

Iskorišćavanje zabrinutosti i nedostatka znanja za očuvanje zdravlja ili životne sredine

Član 41

Zabranjeno je oglašavanje kojim se neopravdano iskorišćava zabrinutost ljudi za očuvanje zdravlja ili zdrave životne sredine, kao i nedostatak njihovog znanja o načinima i sredstvima zaštite životne sredine.

Član 42.

Oglašavanje ne može da podstiče ili da odobrava postupke koji nisu u skladu sa propisima o zaštiti životne sredine.

Član 43.

Oglasna poruka ne može da sadrži neistinite tvrdnje da proizvod ili usluga imaju pozitivan ili negativan uticaj na zaštitu zdravlja ili životne sredine, naročito isticanjem reči „ekološki siguran“, „ekološki neškodljiv“, „eko hrana“, „zdrava hrana“ i sličnih reči ili simbola koji imaju isto značenje.

Upotreba ličnog dobra u oglašavanju

Član 44.

Ako oglasna poruka sadrži ime, lični podatak, lični zapis, zapis lika - fotografski, crtani, filmski, video i digitalni zapis, zapis glasa i izgovorene reči - magnetofonski, gramofonski i digitalni zapis, pisani zapis - pismo, dnevnik, zabelešku i digitalni zapis (u daljem tekstu: lično dobro), na osnovu kojih se može utvrditi ili prepoznati identitet lica, oglasna poruka se ne može objaviti bez prethodnog pristanka lica na koje se lično dobro odnosi.

Ako je lice na koje se lično dobro odnosi umrlo, pristanak u smislu stava 1. ovog člana daju bračni drug, deca, roditelji umrlog, odnosno lice koje je za to određeno u zaveštanju.

Za fizičko lice nesposobno da se stara o svojim interesima, pristanak u smislu stava 1. ovog člana daje njegov zakonski zastupnik.

Pristanak lica na koje se lično dobro odnosi dat za korišćenje ličnog dobra po drugom osnovu, sa naknadom ili bez naknade, a ne po osnovu oglašavanja, ne smatra se istovremeno i pristankom za njegovo korišćenje u oglasnoj poruci.

Član 45.

Pristanak dat za korišćenje ličnog dobra u jednoj oglasnoj poruci ili za određeni period oglašavanja, određeni način, odnosno za oglašavanje radi određenog cilja, ne smatra se pristankom i za ponovljeno ili produženo oglašavanje, za oglašavanje na drugi način, odnosno za oglašavanje za druge ciljeve.

Član 46.

Ako je lice na koje se lično dobro odnosi zadržalo pravo da opozove pristanak na korišćenje ličnog dobra u oglasnoj poruci, oglasna poruka ne može da sadrži lično dobro od prijema opoziva.

Lice na koje se lično dobro odnosi ima pravo na opoziv i kada nije zadržalo to pravo prilikom prethodnog pristanka na upotrebu ličnog dobra, ako bi prema okolnostima slučaja takvo oglašavanje prouzrokovalo štetu njegovim interesima koju on nije mogao da predvidi.

Ako je pristanak za korišćenje ličnog dobra opozvan u skladu sa stavom 2. ovog člana, oglašivač ima pravo na naknadu štete prouzrokovane opozivom pristanka na upotrebu ličnog dobra.

Član 47.

Ako lice čije je lično dobro upotrebljeno u oglasnoj poruci, naknadno pristane na to korišćenje, ima pravo da zahteva odgovarajuću naknadu za korišćenje njegovog ličnog dobra.

Član 48.

Lično dobro javnih ličnosti, kao što su muzičari, glumci, sportisti, političari i drugi, ne može da se upotrebi u oglašavanju proizvoda namenjenih maloletnicima, kao i proizvoda čija je prodaja maloletnicima zabranjena.

U oglasnim porukama ne mogu se likom, glasom ili drugim ličnim dobrom, pojavljivati novinari, voditelji i spikeri informativnih, sportskih i dečjih radio i TV emisija.

IV. POSEBNI SLUČAJEVI OGLAŠAVANJA

1. Oglašavanje proizvoda i usluga

Član 49.

Proizvod ili usluga ne mogu u oglasnoj poruci da budu neistinito označeni ili označeni na način koji stvara zabludu u pogledu proizvođača, odnosno davaoca usluge, cene, načina prodaje, isporuke i isplate cene, porekla, kvaliteta, količine, upotrebljivosti, uslova garancije, servisnih mogućnosti, zvaničnih priznanja ili drugog svojstva.

Ukoliko se u oglasnoj poruci navode zvanična priznanja, oglašivač je dužan da navede i godinu dobijanja priznanja.

Proizvod ili usluga ne mogu u oglasnoj poruci da budu označeni nazivom koji im po sastavu, kvalitetu, količini, upotrebljivosti ili drugom svojstvu ne pripada.

Član 50.

Ako je za korišćenje proizvoda potreban dodatak, dodatni radovi ili kada se proizvod ne može kupiti ili upotrebiti odvojeno od celine, oglasna poruka mora da sadrži informaciju o tome.

Oglašavanje rasprodaje

Član 51.

Zabranjeno je oglašavanje kojim se primalac oglasne poruke dovodi u zabludu u pogledu cene proizvoda oglašavanjem rasprodaje, prividnog sniženja cene proizvoda ili usluga, kao i oglašavanje netačnog iznosa sniženja cena ili drugih pogodnosti.

Ako se oglašava predstojeća ili već započeta rasprodaja, mora se tačno označiti vreme njenog trajanja, kao i vrsta proizvoda na koju se rasprodaja odnosi ili vrsta usluge na koju se sniženje cena odnosi.

Ako se oglašavaju proizvodi ili usluge po cenama povlašćenim za određene kategorije lica, za određeno područje ili određeni period vremena, mora se tačno označiti kategorija lica na koju se povlašćena cena odnosi, odnosno područje i vreme za koje povlašćena cena važi.

Obećanje poklona

Član 52.

Obećanje poklona u oglasnoj poruci upotrebom reči „besplatno“, „plati jedan, uzmi dva“, „dva za jedan“ i sl. dozvoljeno je samo ako se proizvod ili usluga nudi po važećoj ceni ponudioca za taj proizvod ili uslugu.

Oglasna poruka ne može kupca proizvoda ili korisnika usluge da dovede u zabludu o stvarnoj vrednosti robe ili usluge obećanjem poklona.

Zabranjeno je oglašavanje radi pridobijanja kupca proizvoda ili korisnika usluge obećanjem imovinske koristi ili pogodnosti čija je vrednost znatno veća od uobičajene vrednosti poklona.

Upoređivanje ranije cene sa cenom iz oglasne poruke

Član 53.

Zabranjeno je u oglasnoj poruci upoređivanje ranije cene i važeće (tekuće) cene za isti proizvod ili uslugu istog ponuđača, ako je:

- 1) ranija cena određena kao fiktivna cena;
- 2) ranija cena bitno viša od tržišne cene;
- 3) proizvod ili usluga u zanemarljivo kratkom periodu bila ponuđena na tržištu po ranijoj ceni ili nikada nije bila nuđena po toj ceni;
- 4) razlika između ranije i važeće cene zanemarljiva.

Neistinito prikazana cena

Član 54.

Cena proizvoda ili usluge sa kojom se upoređuje cena koja se preporučuje ne može u oglasnoj poruci biti neistinito prikazana.

Upoređivanje sa sugerisanim cenama

Član 55.

Cena proizvoda ponudioca ne može da se u oglasnoj poruci upoređuje sa sugerisanom cenom proizvođača ili trgovca na veliko, ako je sugerisana cena bitno viša od tržišne cene.

Upoređivanje cena proizvoda i usluga različitog kvaliteta

Član 56.

Ako se u oglasnoj poruci porede cene proizvoda ili usluga različitog kvaliteta, odnosno cene proizvoda sa nedostatkom i bez njega, mora se navesti da je niža cena uslovljena nižim kvalitetom, odnosno nedostatkom.

Telefonska tarifa

Član 57.

Oglasna poruka koja upućuje na telefonski broj za koji važi posebna tarifa mora da sadrži iznos te tarife koji je uočljiv tokom celog trajanja oglasne poruke.

Garancija za ispravno funkcionisanje

Član 58.

U oglasnoj poruci koja sadrži obaveštenje da se proizvod prodaje sa garancijom za ispravno funkcionisanje, posebno se ističe da se kupac može pre kupovine upoznati sa uslovima garancije.

Povraćaj novca

Član 59.

Oglasna poruka koja sadrži reči „garantovano zadovoljstvo“, „garantovan povraćaj novca“, „kupovina uz besplatnu probu“ i slične reči mora da sadrži i obaveštenje pod kojim uslovima i na koji način prodavac vraća novac za kupljene proizvode.

Član 60.

Oglasna poruka koja sadrži obaveštenje o garanciji mora da sadrži obaveštenje na šta se garancija odnosi i koliko traje.

Zabranjeno je u oglasnoj poruci koristiti reči „doživotna garancija“ i slične reči koje izazivaju zabludu primaoca oglasne poruke u pogledu garancije i njenog trajanja.

2. Oglašavanje lekova, medicinskih sredstava, lekara i lekarskih usluga

Član 61

Oglašavanje lekova i medicinskih sredstava ima cilj da potpomogne njihovu primenu tako što će svojstva određenog proizvoda prikazati istinito, potpuno i bez preterivanja, na način i pod uslovima propisanim zakonom kojim se uređuje promet lekova.

Zabranjeno je oglašavanje stručno-medicinskih postupaka i metoda zdravstvene zaštite, uključujući i metode i postupke tradicionalne i alternativne medicine u sredstvima javnog informisanja, u skladu sa zakonom kojim se uređuje zdravstvena zaštita.

Oglašavanje imena, poslovnog imena, naziva, sedišta i osnivača zdravstvene ustanove, odnosno drugog oblika zdravstvene službe i radnog vremena vrši se u skladu sa zakonom.

Rezultati u primeni stručno-medicinskih postupaka i metoda zdravstvene zaštite mogu se saopštavati samo na stručnim i naučnim skupovima i objavljivati u stručnim i naučnim časopisima i publikacijama u skladu sa zakonom kojim se uređuje zdravstvena zaštita.

3. Oglašavanje opojnih droga

Član 62.

Zabranjeno je oglašavanje opojnih droga.

4. Oglašavanje oružja

Član 63

Zabranjeno je oglašavanje oružja, delova i oružje i municije u javnim glasilima i drugim sredstvima oglašavanja.

Oružje, delovi za oružje i municija može se oglašavati samo stručnoj javnosti, koju čine ovlašćeni proizvođači i ovlašćeni trgovci oružjem i država i njene oružane snage kao ovlašćeni kupci.

Oglašavanje sportskog i lovačkog oružja, delova tog oružja i municije za to oružje, dozvoljeno je.

5. Oglašavanje duvanskih proizvoda

Član 64.

Zabranjeno je oglašavanje duvana i duvanskih proizvoda, uključujući svako isticanje žiga ili druge oznake proizvođača tih proizvoda, u štampi, na radiju i televiziji, preko bioskopskih dijapozitiva, filmova, panoa, tabli, nalepnica, oglasnih sredstava na ulicama, javnim mestima, na javnim objektima i sredstvima saobraćaja, preko knjiga, časopisa i odevnih predmeta i preko nalepnica, plakata i letaka ako su te nalepnice, plakati i leci odvojeni od ambalaže proizvoda duvana i duvanskih proizvoda.

Zabranjena je distribucija besplatnih duvanskih proizvoda građanima kao i promotivni popust za duvanske proizvode.

Zabranjeno je isticanje žiga ili druge oznake proizvođača duvana i duvanskog proizvoda na način iz stava 1. ovog člana i u oglasnoj poruci kojom se ne preporučuje proizvođač duvana i duvanskog proizvoda, uključujući i oglasnu poruku kojom se preporučuje sponzorisan aktivnost.

Ne smatra se oglašavanjem iz stava 1. ovog člana isticanje duvanskih proizvoda na prodajnom mestu i objavljivanje obaveštenja o kvalitetu i drugim svojstvima duvana, odnosno duvanskih proizvoda na prodajnom mestu, u stručnim knjigama, časopisima i drugim stručnim publikacijama koje su namenjene isključivo proizvođačima ili prodavcima tih proizvoda, kao ni korišćenje žiga i druge oznake proizvođača duvanskih proizvoda na sredstvima poslovne komunikacije i poslovne reprezentacije tog proizvođača.

Upozorenje o štetnosti duvanskih proizvoda

Član 65.

Proizvođači duvana i duvanskih proizvoda dužni su da originalno pakovanje tih proizvoda obeleže i označe u skladu sa zakonom kojim se uređuje proizvodnja i promet duvana i duvanskih proizvoda.

Zabrana prikazivanja pušenja i duvanskih proizvoda u oglasnim porukama

Član 66.

Zabranjeno je u oglasnoj poruci prikazivati pušenje ili oponašanje pušenja, duvanske proizvode, njihovu ambalažu i duvanski dim.

Član 67.

Ograničenja i zabrane propisane ovim zakonom za oglašavanje duvanskih proizvoda, ne odnose se na oglasnu poruku kojom se preporučuje prestanak, odvikavanje i borba protiv pušenja.

U oglasnoj poruci iz stava 1. ovog člana nije dozvoljeno koristiti žig ili drugu oznaku proizvođača duvanskih proizvoda.

6. Oglašavanje alkoholnih pića

Član 68.

Zabranjeno je oglašavanje alkoholnih pića, osim piva i vina, uključujući svako isticanje žiga ili druge oznake alkoholnog pića ili proizvođača tih pića, u štampanim medijima, na radio i televizijskim programima, preko bioskopskih dijapozitiva, filmova, panoa, tabli, nalepnica, oglasnih sredstava na ulicama, javnim mestima, na javnim objektima i sredstvima saobraćaja, preko knjiga, časopisa, kalendara i odevnih predmeta i preko nalepnica, plakata i letaka ako su te nalepnice, plakati i leci odvojeni od ambalaže proizvoda alkoholnih pića.

Zabranjeno je oglašavanje piva i vina, uključujući svako isticanje žiga i druge oznake piva i vina ili proizvođača piva i vina, i to:

1) u specijalizovanim radio i televizijskim programima za maloletna lica;

2) u ostalim televizijskim i radio programima, osim u periodu od 18:00 do 06:00 časova;

3) u sredstvima javnog saobraćaja i na sredstvima javnog saobraćaja;

4) u predškolskim ustanovama, školama, zdravstvenim i drugim ustanovama namenjenim maloletnim licima, kao i na otvorenom prostoru na udaljenosti od 100 metara od predškolske ustanove, škole, zdravstvene i druge ustanove namenjene maloletnim licima;

5) u bioskopima, pozorištima i drugim prostorijama gde se vrši prikazivanje, odnosno izvođenje predstava, za predstave koje počinju pre 20:00 časova i za predstave za maloletna lica;

6) u javnim parkovima i na javnim igralištima;

7) u specijalizovanim programima radija i televizije namenjenim vozačima motornih vozila.

Zabranjeno je isticanje žiga ili druge oznake alkoholnog pića i proizvođača alkoholnih pića, osim vina i piva na način iz stava 1. ovog člana u oglasnoj poruci kojom se ne preporučuje proizvođač alkoholnog pića, uključujući i oglasnu poruku kojom se preporučuje sponzorisan aktivnost.

Ne smatra se oglašavanjem u smislu stava 1. ovog člana isticanje alkoholnih pića na prodajnom mestu i objavljivanje obaveštenja o kvalitetu i drugim svojstvima alkoholnog pića na prodajnom mestu, sajamskom štandu, u stručnim knjigama, časopisima i drugim stručnim publikacijama koje su namenjene isključivo proizvođačima ili prodavcima tih proizvoda, kao i korišćenje žiga ili druge oznake alkoholnog pića i proizvođača alkoholnog pića na sredstvima poslovne komunikacije i poslovne reprezentacije.

Zabrana prikazivanja upotrebe alkoholnih pića

Član 69.

Zabranjeno je u oglasnoj poruci prikazivati upotrebu ili oponašanje upotrebe alkoholnih pića.

Oglašavanje odvikavanja od zavisnosti upotrebe alkoholnih pića i borbe protiv alkoholizma

Član 70.

Odredbe ovog zakona o oglašavanju alkoholnih pića ne odnose se na oglasnu poruku kojom se preporučuje odvikavanje od zavisnosti upotrebe alkoholnih pića i borba protiv alkoholizma.

U oglasnoj poruci iz stava 1. ovog člana zabranjeno je koristiti žig ili drugu oznaku alkoholnih pića ili proizvođača tih pića.

7. Oglašavanje advokata i advokatskih usluga

Član 71.

Oglašavanje advokata i advokatskih usluga vrši se pod uslovima i na način utvrđen Kodeksom profesionalne etike advokata.

V. OGLAŠAVANJE NAMENJENO MALOLETNIM LICIMA

Član 72.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima jeste obaveštenje kojim se preporučuje proizvod, odnosno usluga, koji prema vrsti, prirodi, obliku, kvalitetu i drugim svojstvima, samostalno ili uz pomoć roditelja, isključivo ili pretežno koriste maloletna lica.

1. Zabrana zloupotrebe neiskustva, neznanja i lakovernosti maloletnih lica

Član 73.

Oglasnom porukom namenjenom maloletnim licima ne može da se zloupotrebljava nedostatak iskustva ili znanja maloletnih lica i njihova lakovernost, naročito putem onemogućavanja ili otežavanja razlikovanja stvarnosti od mašte.

Član 74.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može da sadrži neistinite podatke o oglašavanom proizvodu ili usluzi, naročito u pogledu stvarne veličine, vrednosti, prirode, trajnosti, brzine, boje i drugih svojstava.

Član 75.

Ako se u oglasnoj poruci prikazuje rezultat crtanja, izrade, sklapanja i modeliranja, sposobnost za ostvarenje ovog rezultata mora da odgovara prosečnoj sposobnosti maloletnih lica kojima je oglasna poruka namenjena.

U oglasnoj poruci iz stava 1. ovog člana mora se navesti uzrast maloletnih lica kojima je oglasna poruka namenjena.

Član 76.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može uz podatak o ceni da sadrži i vrednosni sud o ceni, a naročito reči „samo“, „sitnica“, „u bescenje“, „povoljno“ i slično.

Član 77.

Oglasnom porukom koja je namenjena maloletnim licima ne može da se preporučuje proizvod ili usluga koja nije namenjena tim licima.

Član 78.

Oglasnom porukom koja je namenjena maloletnim licima ne može da se preporučuju lekovi i medicinska sredstva, uključujući i vitamine, osim dečje paste za zube.

2. Zaštita zdravlja, razvoja i integriteta maloletnih lica

Član 79.

Zabranjeno je oglašavanje mleka, druge hrane i pića za novorođenčad i odojčad, kao i pribora za njihovo korišćenje.

Zabranjeno je oglašavanje koje podstiče ponašanje kojim se ugrožava zdravlje, psihički i moralni razvoj maloletnih lica.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može da sadrži informaciju koja bi navodila to lice na ponašanje kojim bi moglo da povredi svoj fizički, duševni, emocionalni ili drugi integritet.

Član 80.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može da sadrži prikaz maloletnog lica u opasnoj situaciji, kao što je: penjanje na neobezbeđene objekte; ulazak u nepoznate prostorije; razgovor sa nepoznatim ljudima; korišćenje šibica, upaljača, benzina, lekova i električnih uređaja u domaćinstvu.

Zabrana iz stava 1. ovog člana ne odnosi se na oglasnu poruku koja sadrži upozorenje na opasnost po zdravlje i sigurnost maloletnog lica, odnosno njegovog integriteta.

Član 81.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može da sadrži prikaz nasilja, uključujući i scene nasilja između animiranih likova, lutaka i sl.

3. Manipulacija prednostima

Član 82.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može da sadrži poruke kojima se sugeriše da se korišćenjem proizvoda ili usluga stiču fizičke, intelektualne ili druge društvene prednosti nad ostalim maloletnim licima koja te proizvode i usluge ne koriste.

4. Zaštita autoriteta porodice i škole

Član 83.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može da sadrži obaveštenje kojim se kod maloletnog lica narušava ugled ili autoritet roditelja, braće i sestara i drugih članova porodice.

Zabrana iz stava 1. ovog člana odnosi se i na narušavanje ugleda predškolskih i školskih ustanova.

5. Zabrana zloupotrebe poverenja maloletnih lica

Član 84.

Oglasna poruka namenjena maloletnim licima ne može da sadrži obaveštenja kojima se zloupotrebljava poverenje maloletnog lica prema drugim licima, a naročito prema roditeljima, braći i sestrama i drugim članovima porodice, vaspitačima, nastavnicima i lekarima.

6. Oglašavanje u dečjoj ustanovi

Član 85.

Zabranjeno je oglašavanje u školi, predškolskoj ili drugoj ustanovi namenjenoj maloletnim licima, osim ako oglasna poruka služi zaštiti opšteg interesa i interesa maloletnog lica i ako ne preporučuje određenog proizvođača proizvoda ili davaoca usluge.

VI. OGLAŠAVANJE DRŽAVNIH ORGANA I ORGANIZACIJA, POLITIČKIH ORGANIZACIJA I DRUGIH ORGANA I ORGANIZACIJA

1. Državni organi i organizacije i drugi organi i organizacije

Član 86.

Državni organi i organizacije, organi teritorijalne autonomije i lokalne samouprave, javne službe i javna preduzeća, obaveštavanje o svojim aktivnostima čine dostupnim javnosti u skladu sa zakonom.

Državni organi i organizacije, organi teritorijalne autonomije i lokalne samouprave mogu da oglašavaju aktivnosti i mere koje su od značaja za građane, za većinu građana, ili za manjinsku društvenu grupu, a naročito:

1) izbore, odnosno referendum ako oglasna poruka preporučuje učešće na izborima, odnosno referendumu;

2) mere za postupanje građana u slučaju opšte opasnosti, kao što su poplava, požar, zemljotres, epidemija, teroristički napad i dr.;

3) humanitarnu akciju, odnosno akciju za zaštitu i unapređenje zdravlja, kao i poziv za pomoć neposredno ugroženim licima;

4) konkurs i poziv za upis đaka i studenata;

5) ekonomske aktivnosti kao što su kupovina robnih rezervi, otkup pšenice, ako oglasna poruka sadrži poziv za učešće u tim aktivnostima.

U oglasnoj poruci iz stava 2. ovog člana ne može se koristiti ime, lik, glas ili lično svojstvo državnog funkcionera, odnosno funkcionera državnog organa i organizacije, organa teritorijalne autonomije i lokalne samouprave.

Oglasnom porukom iz stava 2. ovog člana ne može se posredno ili neposredno oglašavati politička organizacija ili druga organizacija koju je osnovao državni organ, politička partija ili političar.

Ako se oglašavanje iz stava 2. ovog člana vrši bez naknade, vreme trajanja tog oglašavanja ne uračunava se u vreme trajanja TV oglašavanja i TV prodaje iz člana 15. st. 1. i 2. i člana 16. st. 1. i 2. ovog zakona.

2. Oglašavanje političkih organizacija i oglašavanje na glasačkom mestu

Član 87.

Oglašavanje političkih organizacija i oglašavanje na glasačkom mestu vrši se na način i pod uslovima propisanim zakonom kojim se uređuje izbor narodnih poslanika, a naročito uslovi koji se odnose na predstavljanje podnosilaca izbornih lista i kandidata izbornih lista, prava građana da preko sredstava javnog informisanja budu obavešteni o izbornim programima i aktivnostima podnosilaca izbornih lista i kandidata sa izbornih lista, dužnosti sredstava javnog obaveštavanja i organa nadležnih za sprovođenje izbora, kao i organa za nadzor nad postupcima političkih stranaka, kandidata i sredstava javnog informisanja.

VII. SPONZORSTVO I OGLAŠAVANJE

Član 88.

Sponzorstvo u smislu ovog zakona jeste ugovoreno pružanje finansijske ili druge podrške pravnom ili fizičkom licu ili njegovim aktivnostima koje nisu u vezi sa delatnošću sponzora, radi oglašavanja sponzorovog imena odnosno naziva, znaka, njegovog robnog ili uslužnog žiga ili imidža.

Odredbe ovog zakona o oglašavanju shodno se primenjuju na sponzorstvo, ako ovim zakonom nije drugačije uređeno.

1. Zabrana sponzorisanja od strane proizvođača duvanskih proizvoda i alkoholnih pića

Član 89.

Proizvođač duvanskih proizvoda ne može sponzorirati medije, sportiste, sportske klubove, sportska takmičenja, takmičenja, uključujući i sponzorisanje pojedinaca, odnosno učesnika tih manifestacija.

Proizvođač duvanskih proizvoda ili alkoholnih pića ne može da sponzorira maloletna lica, njihove aktivnosti, kao ni lica ili aktivnosti čiju publiku pretežno čine maloletna lica.

Proizvođač alkoholnog pića, osim piva, ne može sponzorirati sportiste, sportske klubove i sportska takmičenja.

2. Zabrana dovođenja u zabludu

Član 90.

Sponzorstvo mora biti jasno označeno i ne sme imitacijom drugog sponzora, njegove aktivnosti ili na drugi način dovesti u zabludu primaoca oglasne poruke u pogledu identiteta sponzora, sponzorisanog lica ili aktivnosti, delatnosti sponzora, svojstava njihovih proizvoda, njihovog uticaja i potencijalnih opasnosti po zdravlje.

Ako postoji potencijalna opasnost po zdravlje, u oglasnoj poruci, promociji i sponzorisanju mora biti jasno istaknuto upozorenje o postojanju takve opasnosti.

3. Nezavisnost

Član 91.

Sponzor ne može ograničavati kreativnu slobodu sponzorisanog lica, njegova prava na samostalno upravljanje, određivanje cilja i sadržaja sponzorisane aktivnosti.

Ugovor zaključen protivno stavu 1. ovog člana, ništavan je.

Član 92.

Sponzor ne može sponzorisanjem ugroziti integritet umetničkog, sportskog ili kulturnog sadržaja sponzorisane aktivnosti i ne može da naškodi ugledu sponzorisanog lica.

Sponzorisano lice sponzorisanom aktivnošću ne može menjati naziv, odnosno ime sponzora, njegov robni ili uslužni žig, niti može na drugi način da ugrozi ugled ili imidž sponzora.

4. Višestruko sponzorstvo

Član 93.

Ako sponzorisano lice ima više sponzora, dužno je da obezbedi zastupljenost interesa svakog sponzora, srazmerno njegovom udelu u sponzorisanju.

Sponzorisano lice dužno je da obavesti moguće sponzore o tome sa kojim sponzorima je već u ugovornom odnosu.

Sponzorisano lice ne može da zaključuje nove ugovore o sponzorstvu bez saglasnosti sponzora sa kojima je već u ugovornom odnosu.

5. TV sponzorstvo

Član 94.

TV sponzorstvo u smislu ovog zakona jeste neposredno ili posredno finansiranje TV programa od strane lica koje se ne bavi radiodifuznom delatnošću ili proizvodnjom audiovizuelnih dela, sa ciljem oglašavanja njegovog imena, odnosno naziva, znaka, robnog ili uslužnog žiga ili imidža u TV programima.

Sponzorisani TV programi ne mogu neposredno da oglašavaju prodaju, kupovinu ili iznajmljivanje proizvoda i usluga sponzora ili trećeg lica, naročito posebnim upućivanjima na te proizvode i usluge u tim programima.

Državni organi i organizacije i političke organizacije ne mogu biti sponzori TV programa.

Fizička i pravna lica koja se bave proizvodnjom ili prodajom proizvoda ili pružanjem usluga čije je TV oglašavanje zabranjeno ovim zakonom, ne mogu sponzorirati TV programe.

Član 95.

Emisija koja je u celini ili delimično sponzorisanana mora da sadrži obaveštenje o sponzoru, na početku, tokom i na kraju emisije.

U sportskim i kulturno-umetničkim emisijama podaci o sponzoru objavljuju se na početku i na kraju predviđenih pauza.

Član 96.

Sponzor ne može da utiče na sadržaj i vreme emitovanja programa koji je sponzorisao, kao i na pitanja uređivačke koncepcije emitera.

Zabranjeno je sponzorisati informativne emisije, osim sportskih vesti i vremenske prognoze.

6. Sponzorstvo na radiju

Član 97.

Na sponzorstvo na radiju shodno se primenjuju odredbe ovog zakona o sponzorstvu na televiziji, odnosno o oglašavanju, ako ovim zakonom nije drugačije utvrđeno.

Zabrana iz člana 94. stav 4. ovog zakona ne primenjuje se na sponzorstvo na radiju, ako ovim zakonom nije drugačije uređeno.

Član 98.

Pravna i fizička lica koja se u skladu sa posebnim propisima bave proizvodnjom ili prodajom lekova ili pružanjem lekovitih tretmana, mogu sponzorisati radio program oglašavanjem svog imena, odnosno naziva, robnog ili uslužnog žiga, imidža ili svoje delatnosti, osim oglašavanja lekova koji se mogu nabaviti samo uz lekarski recept.

VIII. ZAŠTITA PRIMAOCA OGLASNIH PORUKA

1. Čuvanje oglasne poruke i podataka o oglasnoj poruci

Član 99.

Oglašivač je dužan da čuva objavljenu oglasnu poruku u obliku koji dozvoljava mogućnost uvida u tu poruku, podatke o mestu, vremenu i učestalosti oglašavanja, kao i deklaraciju za oglasnu poruku, najduže trideset dana od dana poslednjeg objavljivanja oglasne poruke.

Oglašivač je dužan da na zahtev zainteresovanog lica, najkasnije u roku od tri dana od dana prijema zahteva, omogući uvid u oglasnu poruku, evidenciju i deklaraciju iz stava 1. ovog člana.

Zainteresovano lice iz stava 2. ovog člana je lice čije je pravo ili interes ugroženo ili povređeno oglasnom porukom.

2. Sudska zaštita

Tužba

Član 100.

Lice čije je pravo, odnosno interes, povređen ili ugrožen oglasnom porukom, ima pravo na zaštitu koju ostvaruje tužbom kod nadležnog suda.

Za štetu pričinjenu oglasnom porukom odgovaraju solidarno oglašivač i proizvođač oglasne poruke.

Lice koje oglasnu poruku objavi odgovara solidarno za štetu pričinjenu oglasnom porukom, ako nije zahtevalo ili dobilo uredno popunjenu deklaraciju u skladu sa članom 11. ovog zakona, odnosno ako je znalo ili je prema okolnostima slučaja moralo znati da se objavljivanjem takve oglasne poruke može prouzrokovati šteta.

Privremena mera

Član 101.

Lice čije bi pravo ili interes moglo biti povređeno oglasnom porukom može predložiti da sud donese privremenu meru, u skladu sa zakonom kojim se uređuje izvršni postupak.

Član 102.

Pravo na pokretanje postupka iz čl. 100. i 101. ovog zakona imaju i organizacije za zaštitu potrošača, profesionalna udruženja, kao i komore.

IX. NAZDOR

Član 103.

Ministarstvo nadležno za poslove trgovine, turizma i usluga vrši nadzor nad primenom ovog zakona, ako ovim zakonom nije drugačije određeno.

Ministarstvo nadležno za poslove zdravlja vrši nadzor nad primenom odredaba ovog zakona kojima se uređuje oglašavanje lekova i medicinskih sredstava, lekara i lekarskih usluga.

Organ jedinice lokalne samouprave, odnosno grada, nadležan za komunalne poslove vrši nadzor nad primenom odredaba ovog zakona o postavljanju oglasnih sredstava na javnim površinama.

Nezavisna organizacija osnovana u oblasti radiodifuzije vrši nadzor nad primenom odredaba ovog zakona kojima se uređuje oglašavanje putem televizijskih i radio programa i donosi, u skladu sa ovim zakonom i zakonom kojim se uređuje radiodifuzija, bliža pravila o oglašavanju i sponzorstvu na televiziji i radiju.

Član 104.

Ministarstvo nadležno za poslove trgovine, turizma i usluga, vrši inspeksijski nadzor preko tržišnih i turističkih inspektora.

Ministarstvo nadležno za poslove zdravlja inspeksijski nadzor vrši preko zdravstvenih i sanitarnih inspektora u skladu sa ovim zakonom, zakonom kojim se uređuje promet lekova i zdravstvena zaštita i drugim zakonom kojim se uređuje nadležnost tih inspektora.

Organ jedinice lokalne samouprave, odnosno grada, nadležan za komunalne poslove vrši inspeksijski nadzor preko komunalnih inspektora.

Član 105.

U vršenju inspeksijskog nadzora inspektor ima sva prava, dužnosti i ovlašćenja koja su utvrđena ovim zakonom i zakonom kojim se uređuje postupak inspeksijskog nadzora nadležnog inspeksijskog organa.

Član 106.

U vršenju nadzora, nadležni organ, odnosno nadležni inspektor će rešenjem zabraniti oglašavanje ili vršenje drugih aktivnosti kada su započete ili se obavljaju pod uslovima ili na način zabranjen ili na drugi način protivan odredbama ovog zakona.

Rešenjem iz stava 1. ovog člana utvrđuje se rok i način otklanjanja nepravilnosti ako se iste mogu otkloniti, odnosno rok i način za otklanjanje štetnih posledica koje su nastale izvršenjem aktivnosti koja se rešenjem zabranjuje, kao i uklanjanje sredstva oglašavanja sa javne površine ili sredstva javnog saobraćaja ako se njime reklamiraju ti proizvodi.

Rok iz stava 2. ovog člana za otklanjanje nepravilnosti ne može biti duži od 15 dana od dana uručenja rešenja, a rok za otklanjanje štetnih posledica ne može biti duži od 30 dana od dana uručenja rešenja iz stava 1. ovog člana.

Zabrana izrečena na način iz st. 1. i 2. ovog člana traje dok se ne otklone utvrđene nepravilnosti, odnosno dok se ne otklone štetne posledice.

Rešenje iz stava 1. ovog člana donosi se u roku od 48 sati od dana okončanja postupka inspekcijskog nadzora. Protiv ovog rešenja može se izjaviti žalba nadležnom drugostepenom organu u roku od tri dana od dana dostavljanja.

Žalba iz stava 5. ovog člana ne odlaže izvršenje rešenja.

X. KAZNENE ODREDBE

1. Privredni prestupi

Član 107.

Novčanom kaznom od 300.000 do 3.000.000 dinara kazniće se za privredni prestup preduzeće ili drugo pravno lice ako:

1) oglasnom porukom preporučuje oglašivača, njegovu aktivnost, proizvod, uslugu ili drugu preporuku protivno uslovu iz člana 12. ovog zakona;

2) vrši oglašavanje u okviru delatnosti koja se ne može obavljati bez izdate saglasnosti, dozvole ili drugog akta državnog organa, a ta saglasnost, dozvola ili drugi akt državnog organa nije izdat (član 13);

3) vrši oglašavanje kojim se u oglasnoj poruci neistinito označava ili označi na način koji stvara zabludu u pogledu proizvođača, odnosno davaoca usluge, cene, načina prodaje, isporuke i isplate cene, porekla, kvaliteta, količine, upotrebljivosti, uslova garancije, servisnih mogućnosti, zvaničnih priznanja ili drugog svojstva (član 49. st. 1. i 2);

4) proizvod ili uslugu u oglasnoj poruci označi nazivom koji im po sastavu, kvalitetu, količini, upotrebljivosti ili drugom svojstvu ne pripada (član 49. stav 3);

5) oglašavanjem primaoca oglasne poruke dovodi u zabludu u pogledu cene proizvoda oglašavanjem rasprodaje, prividnog sniženja cene proizvoda ili usluga, kao i oglašavanjem netačnog iznosa sniženja cena ili drugih pogodnosti (član 51. stav 1);

6) pri oglašavanju predstojeće ili već započete rasprodaje, ne označi ili netačno označi vreme njenog trajanja, kao i vrstu proizvoda na koju se rasprodaja odnosi ili vrstu usluge na koju se sniženje cena odnosi (član 51. stav 2);

7) pri oglašavanju proizvoda ili usluge po cenama povlašćenim za određene kategorije lica, za određeno područje i određeni period vremena, ne označi ili netačno označi kategoriju lica na koju se povlašćena cena odnosi, odnosno područje i vreme za koje povlašćena cena važi (član 51. stav 3);

8) obeća poklon u oglasnoj poruci upotrebom reči: „besplatno“, „plati jedan uzmi dva“, „dva za jedan“ i sl., a proizvod ili uslugu nudi po većoj ceni od važeće cene ponudioca za taj proizvod ili uslugu (član 52. stav 1);

9) oglasnom porukom kupca proizvoda, odnosno korisnika usluge dovede u zabludu o stvarnoj vrednosti proizvoda ili usluge obećanjem poklona (član 52. stav 2);

10) pri oglašavanju proizvoda, odnosno usluge, kupcu proizvoda ili korisniku usluge obeća imovinsku korist ili pogodnost čija je vrednost znatno veća od uobičajene vrednosti poklona (član 52. stav 3);

11) vrši oglašavanje oružja, delova za oružje i municije protivno odredbi člana 63. stav 1. ovog zakona;

12) protivno zabrani iz člana 64. stav 1. ovog zakona vrši oglašavanje duvana i duvanskih proizvoda;

13) protivno zabrani iz člana 64. st. 2. i 3. ovog zakona vrši distribuciju besplatnih duvanskih proizvoda građanima, daje promotivni popust za duvanske proizvode ili istakne žig ili drugu oznaku proizvođača duvana i duvanskog proizvoda u oglasnoj poruci kojom se ne preporučuje proizvođač duvana i duvanskog proizvoda, uključujući i oglasnu poruku kojom se preporučuje sponzorisan aktivnost;

14) u oglasnoj poruci prikazuje pušenje ili oponašanje pušenja, duvanske proizvode, njihovu ambalažu i duvanski dim (član 66);

15) u oglasnoj poruci kojom se preporučuje prestanak, odvikavanje i borba protiv pušenja koristi žig ili drugu oznaku proizvođača duvanskih proizvoda (član 67. stav 2);

16) protivno zabrani iz člana 68. stav 1. ovog zakona vrši oglašavanje alkoholnih pića, osim piva i vina, uključujući svako isticanje žiga ili druge oznake alkoholnog pića ili proizvođača tih pića;

17) oglašavanje piva i vina vrši protivno odredbi člana 68. stav 2. ovog zakona ili istakne žig i drugu oznaku proizvođača tog proizvoda, ili protivno zabrani iz člana 68. stav 3. ovog zakona istakne žig ili drugu oznaku alkoholnog pića i proizvođača alkoholnih pića, osim vina i piva, u oglasnoj poruci kojom se ne preporučuju proizvođač alkoholnog pića, uključujući i oglasnu poruku kojom se preporučuje sponzorisanu aktivnost;

18) u oglasnoj poruci prikazuje upotrebu ili oponašanje upotrebe alkoholnih pića (član 69);

19) u oglasnoj poruci, kojom se preporučuje odvikavanje od zavisnosti upotrebe alkoholnih pića i borba protiv alkoholizma koristi žig ili drugu oznaku alkoholnih pića ili proizvođača tih pića (član 70. stav 2);

20) vrši oglašavanje advokata i advokatskih usluga protivno pravilima utvrđenim Kodeksom profesionalne etike advokata (član 71).

Ako je oglašavanjem koje predstavlja privredni prestup iz stava 1. ostvarena dobit koja je veća od polovine ili premašuje visinu gornjeg raspona utvrđene novčane kazne iz stava 1, preduzeće ili drugo pravno lice kazniće se većom novčanom kaznom od kazne koja je utvrđena u stavu 1, u srazmeri sa visinom učinjene štete, neizvršene obaveze ili vrednosti robe ili druge stvari, odnosno koristi koja su predmet privrednog prestupa, ali najviše do trostruke vrednosti tako ostvarene dobiti.

Za privredni prestup iz stava 1. ovog člana kazniće se i odgovorno lice u preduzeću ili drugom pravnom licu novčanom kaznom od 50.000 do 200.000 dinara.

Uz kaznu za privredni prestup iz stava 1. ovog člana može se izreći zaštitna mera zabrane obavljanja određene privredne delatnosti pravnom licu u trajanju od jedne do pet godina, odnosno zaštitna mera zabrane vršenja određenih dužnosti odgovornom licu u trajanju od jedne do pet godina i zaštitna mera javnog objavljivanja presude.

2. Prekršaji

Član 108.

Novčanom kaznom od 100.000 do 1.000.000 dinara kazniće se za prekršaj pravno lice ako:

1) se ne pridržava načela oglašavanja postupajući protivno odredbama člana 3 - 10. ovog zakona;

2) uz oglasnu poruku ne dostavi deklaraciju koja sadrži propisane podatke iz člana 11. st. 1. i 3. odnosno ako objavi ili emituje oglasnu poruku protivno odredbi člana 11. stav 2. ovog zakona;

3) se ne pridržava vremena trajanja ili vremena emitovanja TV oglašavanja i TV prodaje u programima komercijalnih televizijskih stanica, odnosno programima javnog radiodifuznog servisa ili ako emisiju TV prodaje ne označi jasno slikom i zvukom kao TV prodaju (čl. 15. i 16);

4) emituje oglasne poruke i poruke TV prodaje protivno odredbama člana 17. ovog zakona;

5) emituje oglasne poruke u toku sportskih prenosa posredstvom javnog radiodifuznog servisa protivno odredbama člana 18. ovog zakona;

6) emituje blokove oglasnih poruka i poruka TV prodaje protivno odredbama člana 19. ovog zakona;

7) prodaje usluge TV oglašavanja i TV prodaje na programima ustanova javnog radiodifuznog servisa protivno odredbama člana 20. st. 1 - 5. ovog zakona, odnosno ako posreduje, zastupa ili preuzima ulogu oglašivača u ime i za račun trećeg lica protivno odredbi člana 20. stav 6. ovog zakona;

8) oglašavanjem na otvorenom prostoru ne obezbeđuje sigurnost pešaka, motornih vozila i drugih učesnika u saobraćaju, zaštitu kulturno-istorijskih spomenika i dobara od opšteg interesa i očuvanje i unapređenje izgleda grada, odnosno naseljenog mesta (član 24);

9) postavi oglasni pano, plakat odnosno oglasno sredstvo na javnoj površini protivno odredbama čl. 25. i 26. ovog zakona, uključujući i postavljanje ostalih oglasnih sredstava na otvorenom prostoru, kao što su stubovi, baloni, stajališta javnog prevoza, ekrani, elektronski displeji, svetleća slova i dr.;

10) postavi plakat na površini koja nije javna bez saglasnosti vlasnika (član 27), ili postavi tablu ili nosač oglasne poruke za zdravstvenu ustanovu protivno odredbi člana 28. ovog zakona;

11) neistinito označi identitet oglašivača, njegovu aktivnost, proizvod ili uslugu (član 30. tačka 1);

12) izostavljanjem važnih podataka, upotrebom neodređenih ili višeznačnih izraza, zastarelih i neažurnih navoda ili drugih podataka izaziva zablude o identitetu oglašivača, njegovoj aktivnosti, proizvodu ili usluzi i drugim preporukama upućenim primaocu oglasne poruke (član 30. tačka 2);

13) oglašavanjem predstavlja podražavanje ili kopiju drugog lica, njegove aktivnosti, proizvoda ili usluge ili oglašavanjem omalovažava, sumnjiči ili na drugi nedostojan način prikazuje identitet drugog lica, njegove aktivnosti, proizvoda ili usluge (član 30. tač. 3) i 4));

14) vrši poređenje oglašivača, njegove aktivnosti, proizvoda ili usluge sa drugim oglašivačem, njegovom aktivnošću, proizvodom ili uslugom na štetu drugog, odnosno radi sticanja materijalne koristi (član 30. tačka 5);

15) vrši oglašavanje aludirajući na drugog, njegovo poslovno ime, naziv, zaštićeni žig, aktivnost, proizvod ili uslugu, iskorišćava ugled drugog lica na način kojim se dovode u zabludu primaoci oglasne poruke (član 30. tačka 6);

16) oglašavanjem prikriva bitne nedostatke, opasna ili štetna svojstva proizvoda, usluga ili drugih sadržaja koji se preporučuju primaocu oglasne poruke (član 31);

17) oglašivača, njegovu aktivnost, proizvod ili uslugu neistinito upoređuje sa aktivnostima, proizvodima ili uslugama konkurenta ili kojim se stvara zabluda na tržištu između oglašivača i konkurenta (član 32. stav 1);

18) oglašivača, njegovu aktivnost, proizvod, uslugu ili cenu upoređuje sa drugim oglašivačem, njegovom aktivnošću, proizvodom, uslugom ili cenom, ako su te aktivnosti, proizvodi ili usluge različite vrste ili imaju različit cilj ili namenu (član 32. stav 2);

19) oglašava proizvod ili uslugu kao imitacije ili verne kopije proizvoda i usluga koje nose zaštićeni trgovački, odnosno uslužni znak ili trgovačko ime ili koristi prednost zaštićenog znaka ili druge oznake po kojoj se prepoznaje konkurent (član 32. stav 3);

20) oglašavanjem koristi ugled ili oglasne poruke drugog lica, bez njegovog odobrenja (član 33);

21) oglašavanjem poziva na bojkotovanje drugog lica, prekidanje ili sprečavanje uspostavljanja odnosa sa drugim licem (član 34);

22) oglasna poruka sadrži simbole čija je upotreba protivna propisima, poslovnim običajima ili moralu ili upotrebljava zaštićeni znak, žig, poslovno ime, trgovački naziv, oznaku porekla proizvoda ili drugi znak, po kome se prepoznaje konkurent ili protivno zakonu upotrebljava zastavu, himnu i grb u oglašavanju (član 35);

23) protivno zabrani iz člana 36. stav 1. ovog zakona oglašava pornografski sadržaj ili vrši oglašavanje protivno odredbama člana 36. st. 2 - 4;

24) u oglašavanju neopravdano prikazuje upotrebu sile ili pretnju upotrebom sile (član 37);

25) vrši oglašavanje kojim se neopravdano prikazuje lice jednog pola u dominantnom položaju u odnosu na lice drugog pola, naročito predstavljanjem tipičnih oblika autoriteta ili drugih odnosa dominacije jednog pola u odnosu na lice drugog pola (član 38);

26) u oglasnoj poruci prikazuje seksualno uznemiravanje kao prihvatljivo, poželjno ili uobičajeno društveno ponašanje (član 39);

27) maloletna lica mlađa od 16 godina, u oglasnoj poruci, dovodi u vezu sa seksualnošću (član 40. stav 1);

28) muškarce i žene, u oglasnoj poruci, prikazuje kao dečake i devojčice sa seksualnim odlikama odraslih (član 40. stav 2);

29) oglašavanjem neopravdano iskorišćava zabrinutost ljudi za očuvanje zdravlja ili zdrave životne sredine, kao i nedostatak njihovog znanja o načinima i sredstvima zaštite životne sredine (član 41);

30) vrši oglašavanje koje podstiče ili odobrava postupke koji su zabranjeni propisima o zaštiti životne sredine (član 42);

31) oglasna poruka sadrži neistinite tvrdnje da proizvod ili usluga imaju pozitivan ili negativan uticaj na zaštitu zdravlja ili životne sredine, naročito isticanjem reči „ekološki siguran“, „ekološki neškodljiv“, „eko hrana“, „zdrava hrana“ i sličnih reči ili simbola koji imaju isto značenje (član 43);

32) oglasna poruka sadrži lično dobro iz člana 44. ovog zakona bez prethodnog pristanka lica na koje se lično dobro odnosi, odnosno lica iz člana 44. st. 2. i 3. ovog zakona ako se na osnovu oglasne poruke može utvrditi ili prepoznati na koje lice se lično dobro odnosi;

33) lično dobro javnih ličnosti koristi protivno odredbama člana 48. ovog zakona;

34) u oglasnoj poruci upoređuje ranije cene i važeće cene za isti proizvod ili uslugu istog ponuđača ako je ranija cena određena kao fiktivna cena, ako je ranija cena bitno viša od tržišne cene; ako je proizvod ili usluga u zanemarljivo kratkom periodu bila ponuđena na tržištu po ranijoj ceni ili nikada nije bila nuđena po toj ceni ili ako je razlika između ranije i važeće cene zanemarljiva (član 53);

35) cenu proizvoda ili usluge sa kojom se upoređuje cena koja se preporučuje u oglasnoj poruci neistinito prikaže (član 54);

36) cenu proizvoda ponudioca u oglasnoj poruci poredi sa sugerisanom cenom proizvođača ili trgovca na veliko, ako je sugerisana cena bitno viša od tržišne cene (član 55);

37) u oglasnoj poruci poredi cene proizvoda ili usluga različitog kvaliteta, odnosno cene proizvoda sa nedostatkom i bez njega, bez navođenja da je niža cena uslovljena nižim kvalitetom, odnosno nedostatkom (član 56);

38) oglasna poruka, kojom upućuje na telefonski broj za koji važi posebna tarifa ne sadrži iznos te tarife uočljiv tokom celog trajanja oglasne poruke (član 57);

39) oglasnom porukom namenjenoj maloletnim licima zloupotrebljava nedostatak iskustva ili znanja maloletnih lica i njihovu lakovernost, naročito putem onemogućavanja i otežavanja razlikovanja između stvarnosti i mašte (član 73);

40) oglasna poruka namenjena maloletnim licima sadrži neistinite podatke o oglašavanom proizvodu ili usluzi, naročito u pogledu stvarne veličine, vrednosti, prirode, trajnosti, brzine, boje i drugih svojstava (član 74);

41) u oglasnoj poruci prikazuje rezultat crtanja, izrade, sklapanja i modelovanja, a sposobnost za ostvarenje tog rezultata ne odgovara prosečnoj sposobnosti maloletnih lica kojima je oglasna poruka namenjena ili ako u toj oglasnoj poruci ne navede uzrast maloletnih lica kojima je oglasna poruka namenjena (član 75);

42) oglasna poruka namenjena maloletnim licima, uz podatak o ceni, sadrži i vrednosni sud o ceni, a naročito reči „samo“, „sitnica“, „u bescenje“, „povoljno“ i slično (član 76);

43) oglasnom porukom koja je namenjena maloletnim licima preporučuje proizvod ili uslugu koja nije namenjena maloletnim licima (član 77);

44) oglasnom porukom koja je namenjena maloletnim licima preporučuje lekove i medicinska sredstva, uključujući vitamine, osim dečje paste za zube (član 78);

45) vrši oglašavanje mleka, druge hrane i pića za novorođenčad i odojčad, kao i pribora za njihovo korišćenje (član 79. stav 1);

46) vrši oglašavanje koje podstiče ponašanje kojim se ugrožava zdravlje, psihički i moralni razvoj maloletnih lica, ili oglasna poruka sadrži informaciju koja bi navela to lice na ponašanje kojim bi moglo da povredi svoj fizički, duševni, emocionalni ili drugi integritet (član 79. st. 2. i 3);

47) oglasna poruka namenjena maloletnim licima sadrži prikaz maloletnog lica u opasnoj situaciji, kao što je: penjanje na neobezbeđene objekte; ulazak u nepoznate prostorije; razgovor sa nepoznatim ljudima; korišćenje šibica, upaljača, benzina, lekova i električnih uređaja u domaćinstvu, osim ako oglasna poruka sadrži upozorenje na opasnost po zdravlje i sigurnost maloletnog lica, odnosno njegovog integriteta (član 80);

48) oglasna poruka namenjena maloletnim licima sadrži prikaz nasilja, uključujući scene nasilja između animiranih likova, lutaka i sl. (član 81);

49) oglasna poruka namenjena maloletnim licima sadrži podatke kojima se sugerše da će korišćenjem proizvoda ili usluge steći fizičke, intelektualne ili druge društvene prednosti nad ostalim maloletnim licima koja te proizvode ili usluge ne koriste (član 82);

50) oglasna poruka namenjena maloletnim licima sadrži obaveštenje kojim se kod maloletnog lica narušava ugled ili autoritet roditelja, braće i sestara i drugih članova porodice ili oglasnom porukom namenjenoj maloletnoj deci narušava ugled predškolskih i školskih ustanova (član 83);

51) oglasna poruka namenjena maloletnim licima sadrži obaveštenja kojima se zloupotrebljava poverenje maloletnog lica prema drugim licima, a naročito prema roditeljima, braći i sestrama i drugim članovima porodice, vaspitačima, nastavnicima i lekarima (član 84);

52) vrši oglašavanje u školi, predškolskoj ustanovi ili drugoj ustanovi namenjenoj maloletnim licima, osim ako oglasna poruka služi zaštiti opšteg interesa i interesa maloletnog lica i ako ne preporučuje određenog proizvođača proizvoda ili davaoca usluge (član 85);

53) sponzoriše medije, sportiste, sportske klubove, sportska takmičenja, takmičenja, uključujući i sponzorisanje pojedinaca ili učesnika tih manifestacija, odnosno sponzoriše maloletna lica, njihove aktivnosti, kao i lica ili aktivnosti čiju publiku pretežno čine maloletna lica, protivno zabrani iz člana 89. ovog zakona;

54) ne označi jasno sponzorstvo ili ako imitacijom drugog sponzora, njegove aktivnosti ili na drugi način dovodi u zabludu primaoca oglasne poruke u pogledu identiteta sponzora, sponzorisano g lica ili aktivnosti, delatnosti sponzora, svojstava njegovih proizvoda, njegovog uticaja i potencijalnih opasnosti po zdravlje ili ako u oglasnoj poruci, promociji i sponzorisanju ne istakne jasno upozorenje o postojanju potencijalne opasnosti po zdravlje (član 90);

55) sponzorstvom ograničava kreativnu slobodu sponzorisanog lica, njegova prava na samostalno upravljanje, određivanje cilja i sadržaja sponzorisane aktivnosti (član 91);

56) sponzorisanjem ugrozi integritet umetničkog, sportskog ili kulturnog sadržaja sponzorisane aktivnosti, odnosno naškodi ugledu sponzorisanog lica (član 92. stav 1);

57) sponzorisanom aktivnošću menja naziv, odnosno ime sponzora, njegov robni ili uslužni žig, odnosno na drugi način ugrozi ugled ili imidž sponzora (član 92. stav 2);

58) ne obezbedi zastupljenost interesa svakog sponzora, odnosno ne postupa u skladu sa odredbama člana 93. ovog zakona;

59) vrši TV sponzorstvo protivno odredbama člana 94. st. 2. i 4. ovog zakona;

60) sponzorisanu emisiju ne označi navođenjem sponzora na početku, tokom i na kraju emisije, odnosno ako u sportskim i kulturno-umetničkim emisijama podatke o sponzoru ne objavljuje na početku i na kraju predviđenih pauza (član 95);

61) sponzorišući emisiju utiče na sadržaj i vreme emitovanja programa koji je sponzorisao, kao i na pitanja uređivačke koncepcije emitera ili sponzoriše informativne emisije osim sportskih vesti i vremenske prognoze protivno odredbama člana 96. ovog zakona, odnosno ako protivno zabrani iz člana 98. ovog zakona sponzoriše radio program;

62) ne čuva objavljenu oglasnu poruku u obliku koji dozvoljava uvid u tu poruku, podatke o mestu, vremenu i učestalosti oglašavanja, kao i deklaraciju za oglasnu poruku u roku iz člana 99. stav 1. ovog zakona ili onemogućiti uvid u oglasnu poruku, evidenciju i deklaraciju u roku iz člana 99. stav 2. ovog zakona.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se odgovorno lice u pravnom licu novčanom kaznom od 20.000 do 50.000 dinara.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se preduzetnik novčanom kaznom od 100.000 do 500.000 dinara, odnosno fizičko lice novčanom kaznom od 20.000 do 50.000 dinara.

Uz novčanu kaznu za prekršaj iz stava 1. ovog člana može se izreći zaštitna mera zabrane obavljanja određenih delatnosti pravnom licu u trajanju od šest meseci do jedne godine, zaštitna mera zabrane obavljanja određenih poslova odgovornom licu u trajanju od šest meseci do jedne godine.

Uz novčanu kaznu za prekršaj iz stava 3. ovog člana može se izreći zaštitna mera zabrane obavljanja određenih delatnosti preduzetniku u trajanju od šest meseci do jedne godine.

Član 109.

Novčanom kaznom od 100.000 do 500.000 dinara kazniće se za prekršaj preduzetnik ako:

1) oglasnom porukom preporučuje oglašivača, njegovu aktivnost, proizvod, uslugu ili drugu preporuku protivno uslovu iz člana 12. ovog zakona;

2) vrši oglašavanje u okviru delatnosti koja se ne može obavljati bez izdate saglasnosti, dozvole ili drugog akta državnog organa, a ta saglasnost, dozvola ili drugi akt državnog organa nije izdat (član 13);

3) vrši oglašavanje kojim se u oglasnoj poruci neistinito označava ili označi na način koji stvara zabludu u pogledu proizvođača, odnosno davaoca usluge, cene, načina prodaje, isporuke i isplate cene, porekla, kvaliteta, količine, upotrebljivosti, uslova garancije, servisnih mogućnosti, zvaničnih priznanja ili drugog svojstva (član 49. st. 1. i 2);

4) proizvod ili uslugu u oglasnoj poruci označi nazivom koji im po sastavu, kvalitetu, količini, upotrebljivosti ili drugom svojstvu ne pripada (član 49. stav 3);

5) oglašavanjem primaoca oglasne poruke dovodi u zabludu u pogledu cene proizvoda oglašavanjem rasprodaje, prividnog sniženja cene proizvoda ili usluga, kao i oglašavanjem netačnog iznosa sniženja cena ili drugih pogodnosti (član 51. stav 1);

6) pri oglašavanju predstojeće ili već započete rasprodaje, ne označi ili netačno označi vreme njenog trajanja, kao i vrstu proizvoda na koju se rasprodaja odnosi ili vrstu usluge na koju se sniženje cena odnosi (član 51. stav 2);

7) pri oglašavanju proizvoda ili usluge po cenama povlašćenim za određene kategorije lica, za određeno područje i određeni period vremena, ne označi ili netačno označi kategoriju lica na koju se povlašćena cena odnosi, odnosno područje i vreme za koje povlašćena cena važi (član 51. stav 3);

8) obeća poklon u oglasnoj poruci upotrebom reči: „besplatno“, „plati jedan uzmi dva“, „dva za jedan“ i sl., a proizvod ili uslugu nudi po većoj ceni od važeće cene ponudioca za taj proizvod ili uslugu (član 52. stav 1);

9) oglasnom porukom kupca proizvoda, odnosno korisnika usluge dovede u zabludu o stvarnoj vrednosti proizvoda ili usluge obećanjem poklona (član 52. stav 2);

10) pri oglašavanju proizvoda, odnosno usluge, kupcu proizvoda ili korisniku usluge obeća imovinsku korist ili pogodnost čija je vrednost znatno veća od uobičajene vrednosti poklona (član 52. stav 3);

11) vrši oglašavanje oružja, delova za oružje i municije protivno odredbi člana 63. stav 1. ovog zakona;

12) protivno zabrani iz člana 64. stav 1. ovog zakona vrši oglašavanje duvana i duvanskih proizvoda;

13) protivno zabrani iz člana 64. st. 2. i 3. ovog zakona vrši distribuciju besplatnih duvanskih proizvoda građanima, daje promotivni popust za duvanske proizvode ili istakne žig ili drugu oznaku proizvođača duvana i duvanskog proizvoda u oglasnoj poruci kojom se ne preporučuje proizvođač duvana i duvanskog proizvoda, uključujući i oglasnu poruku kojom se preporučuje sponzorisanost aktivnost;

14) u oglasnoj poruci prikazuje pušenje ili oponašanje pušenja, duvanske proizvode, njihovu ambalažu i duvanski dim (član 66);

15) u oglasnoj poruci kojom se preporučuje prestanak, odvikavanje i borba protiv pušenja koristi žig ili drugu oznaku proizvođača duvanskih proizvoda (član 67. stav 2);

16) protivno zabrani iz člana 68. stav 1. ovog zakona vrši oglašavanje alkoholnih pića, osim piva i vina, uključujući svako isticanje žiga ili druge oznake alkoholnog pića ili proizvođača tih pića;

17) oglašavanje piva i vina vrši protivno odredbi člana 68. stav 2. ovog zakona ili istakne žig i drugu oznaku proizvođača tog proizvoda, ili protivno zabrani iz člana 68. stav 3. ovog zakona istakne žig ili drugu oznaku alkoholnog pića i proizvođača alkoholnih pića, osim vina i piva, u oglasnoj poruci kojom se ne preporučuje proizvođač alkoholnog pića, uključujući i oglasnu poruku kojom se preporučuje sponzorisanost aktivnost.

18) u oglasnoj poruci prikazuje upotrebu ili oponašanje upotrebe alkoholnih pića (član 69);

19) u oglasnoj poruci kojom se preporučuje odvikavanje od zavisnosti upotrebe alkoholnih pića i borba protiv alkoholizma koristi žig ili drugu oznaku alkoholnih pića ili proizvođača tih pića (član 70. stav 2);

20) vrši oglašavanje advokata i advokatskih usluga protivno pravilima utvrđenim Kodeksom profesionalne etike advokata (član 71).

Uz novčanu kaznu za prekršaj iz stava 1. ovog člana može se izreći zaštitna mera zabrane obavljanja određenih delatnosti preduzetniku u trajanju od šest meseci do jedne godine.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se fizičko lice novčanom kaznom u iznosu od 20.000 do 50.000 dinara.

XI. PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Član 110.

Danom početka primene ovog zakona prestaju da važe odredbe:

- čl. 17. i 18. i člana 39. stav 1. tač. 3) i 4) Zakona o zdravstvenoj ispravnosti životnih namirnica i predmeta opšte upotrebe („Službeni list SFRJ“, broj 53/91 i „Službeni list SRJ“, br. 24/94, 28/96 i 37/02);

- čl. 104 - 105, čl. 107 - 112. i člana 113. stav 1. tač. 16) - 18) i tač. 20) - 26) Zakona o radiodifuziji („Službeni glasnik RS“, br. 42/02, 97/04 i 76/05).

Član 111.

Ovaj zakon stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u „Službenom glasniku Republike Srbije“, a počinje da se primenjuje po isteku tri meseca od dana stupanja na snagu.

Z A K O N

O ZAŠTITI KONKURENCIJE

I. OSNOVNE ODREDBE

1. Predmet i cilj

Član 1.

Ovim zakonom uređuje se zaštita konkurencije na tržištu radi obezbeđivanja ravnopravnosti učesnika na tržištu, a u cilju podsticanja ekonomske efikasnosti i ostvarivanja ekonomskog blagostanja društva u celini, naročito potrošača i osniva se Komisija za zaštitu konkurencije (u daljem tekstu: Komisija).

Povrede konkurencije

Član 2.

Povredom konkurencije u smislu ovog zakona smatraju se akti i radnje privrednih subjekata i drugih pravnih i fizičkih lica i ostalih učesnika na tržištu i to:

- 1) sporazumi kojima se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija;
- 2) zloupotreba dominantnog položaja;
- 3) koncentracija kojom se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija, pre svega stvaranjem, odnosno jačanjem dominantnog položaja na tržištu.

Bitno sprečavanje, ograničavanje ili narušavanje konkurencije iz stava 1. tač. 1) i 3) ovog člana procenjuje se, u zavisnosti od konkretnog slučaja, prema: stepenu i dinamici promena u strukturi relevantnog tržišta; ograničenjima i mogućnostima ravnopravnog pristupa tržištu novih konkurenata; razlozima na napuštanje tržišta od strane postojećih konkurenata; promenama kojima se ograničava mogućnost snabdevanja tržišta, stepenu pogodnosti nastalih za potrošače i drugim okolnostima od uticaja na povredu konkurencije.

Vlada Republike Srbije (u daljem tekstu: Vlada) bliže propisuje kriterijume iz stava 2. ovog člana.

Teritorijalna primena

Član 3.

Ovaj zakon primenjuje se na akte i radnje učinjene na teritoriji Republike Srbije, odnosno na akte i radnje koji su nastali kao posledica akata ili radnji učinjenih na teritoriji državne zajednice Srbija i Crna Gora ili strane države, a kojima se vrše povrede konkurencije na teritoriji Republike Srbije ili povrede konkurencije koje mogu uticati na trgovinu između država članica državne zajednice Srbija i Crna Gora.

Personalna primena

Član 4.

Ovaj zakon primenjuje se na sva pravna i fizička lica i državne organe, organe teritorijalne autonomije i lokalne samouprave koji, posredno ili neposredno, učestvuju u prometu roba ili usluga i koji svojim aktima i radnjama vrše ili mogu vršiti povrede konkurencije (u daljem tekstu: učesnici na tržištu), i to na:

1) privredna društva, preduzetnike i preduzeća, nezavisno od oblika svojine, sedišta, a za preduzetnike nezavisno i od državljanstva i prebivališta;

2) druga fizička i pravna lica koja neposredno ili posredno, stalno, povremeno ili jednokratno učestvuju u prometu roba i/ili usluga, a nezavisno od njihovog pravnog statusa, oblika svojine, državljanstva, sedišta ili prebivališta (sindikati, poslovna udruženja, sportske organizacije, ustanove, zadruge, nosioci prava intelektualne svojine i dr.);

3) državne organe, organe teritorijalne autonomije i lokalne samouprave, kada posredno ili neposredno učestvuju u prometu robe ili usluga.

Ovaj zakon se ne primenjuje na preduzeća, privredna društva i preduzetnike, koji obavljaju delatnosti od opšteg interesa, kao i na lica kojima je aktom nadležnog organa dodeljen fiskalni monopol, ako bi primena ovog zakona sprečila obavljanje delatnosti od opšteg interesa, odnosno obavljanje poverenih poslova.

Primena na povezane učesnike na tržištu

Član 5.

Ovaj zakon primenjuje se i na povezane učesnike na tržištu.

Povezanim učesnicima na tržištu u smislu ovog zakona smatraju se dva ili više učesnika na tržištu koji su povezani tako da jedan učesnik na tržištu neposredno ili posredno odlučujuće utiče na upravljanje u drugom učesniku na tržištu, a naročito po osnovu većinskog učešća u osnovnom kapitalu, većine glasova u organima upravljanja, prava na postavljanje većine članova upravnog ili nadzornog odbora i lica ovlašćenih za zastupanje učesnika na tržištu, kao i ugovora o prenošenju prava upravljanja.

Dva ili više povezanih učesnika na tržištu u smislu ovog zakona smatraju se jednim učesnikom na tržištu.

Relevantno tržište

Član 6.

Relevantno tržište u smislu ovog zakona jeste tržište koje obuhvata relevantno tržište proizvoda na relevantnom geografskom tržištu.

Relevantno tržište proizvoda u smislu ovog zakona jeste skup roba i/ili usluga koji su zamenjivi pod prihvatljivim uslovima od strane korisnika tih roba i/ili usluga, naročito u pogledu njihovog svojstva, uobičajene namene i cene.

Relevantno geografsko tržište u smislu ovog zakona jeste teritorija na kojoj učesnici na tržištu učestvuju u ponudi ili potražnji i na kojoj postoje isti uslovi konkurencije, koji se bitno razlikuju od uslova konkurencije na susednim teritorijama.

Vlada bliže propisuje kriterijume za utvrđivanje relevantnog tržišta.

II. POVREDE KONKURENCIJE

1. Akti kojima se sprečava, ograničava ili narušava konkurencija

Pojam

Član 7.

Akti koji za cilj ili posledicu imaju ili mogu imati bitno sprečavanje, ograničavanje ili narušavanje konkurencije na relevantnom tržištu u smislu ovog zakona jesu sporazumi, ugovori, pojedine odredbe ugovora, izričiti ili prećutni dogovori, usaglašene prakse, odluke udruženja učesnika na tržištu (u daljem tekstu: sporazumi).

Sporazumi iz stava 1. ovog člana zabranjeni su i ništavi, a naročito sporazumi kojima se:

1) neposredno ili posredno utvrđuju kupovne ili prodajne cene ili drugi uslovi trgovine;

2) ograničava ili kontroliše proizvodnja, tržište, tehnički razvoj ili investicije;

3) dele tržišta ili izvori nabavke;

4) primenjuju nejednaki uslovi poslovanja na iste poslove sa različitim učesnicima na tržištu i time učesnike na tržištu dovode u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurente;

5) uslovljava zaključenje sporazuma prihvatanjem dodatnih obaveza koje, s obzirom na svoju prirodu i trgovačke običaje i praksu, nisu u vezi sa predmetom sporazuma.

Sporazumi iz stava 1. ovog člana mogu biti horizontalni ili vertikalni.

Horizontalni sporazumi u smislu ovog zakona jesu sporazumi između postojećih i/ili potencijalnih učesnika na tržištu koji posluju na istom nivou proizvodnog lanca ili lanca isporuke.

Vertikalni sporazumi u smislu ovog zakona jesu sporazumi o uslovima nabavke, prodaje ili preprodaje između postojećih i/ili potencijalnih učesnika na tržištu koji posluju na različitom nivou proizvodnog lanca ili lanca isporuke.

Član 8.

Ako Komisija po službenoj dužnosti ili na zahtev zainteresovanog lica utvrdi da se sporazumom, odnosno pojedinim njegovim delovima bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija, donosi rešenje kojim utvrđuje povredu iz člana 7. st. 1. i 2. ovog zakona.

Rešenjem iz stava 1. ovog člana mogu da se odrede mere koje su dužni da preduzmu učesnici u sporazumu kao i rokovi za njihovo izvršenje, a kojima se omogućuje uspostavljanje konkurencije na relevantnom tržištu i otklanjanje štetnih posledica zabranjenog sporazuma.

Pojedinačno izuzeće od zabrane

Član 9.

Komisija može, na zahtev učesnika u sporazumu, da odobri izuzeće pojedinog sporazuma ili dela tog sporazuma od zabrane (u daljem tekstu: pojedinačno izuzeće), ako taj sporazum, odnosno njegov deo, doprinosi unapređenju proizvodnje ili distribucije, odnosno podsticanju tehničkog ili ekonomskog razvoja, a potrošačima obezbeđuje pravičan deo koristi i koji sadrži samo ograničenja neophodna za postizanje navedenih ciljeva, a ne isključuje konkurenciju u bitnom delu predmetne robe ili usluga.

Teret dokazivanja postojanja uslova za izuzeće iz stava 1. ovog člana snosi podnosilac zahteva.

Vlada bliže uređuje sadržinu zahteva za pojedinačno izuzeće.

Za izdavanje akta po podnetom zahtevu iz stava 1. ovog člana podnosilac zahteva plaća naknadu u visini utvrđenoj Tarifnikom naknada iz člana 50. stav 4. ovog zakona.

Član 10.

Pojedinačno izuzeće iz člana 9. ovog zakona odobrava se rešenjem koje sadrži i rok na koji se izuzeće odobrava koji ne može biti duži od pet godina.

Na zahtev učesnika u sporazumu koji je pojedinačno izuzet rešenjem iz stava 1. ovog člana, a koji se podnosi najkasnije četiri meseca pre isteka roka važenja odobrenog izuzeća, može se ponovo odobriti izuzeće sa novim rokom važenja koji ne može biti duži od pet godina.

Član 11.

Rešenje iz člana 10. ovog zakona Komisija može da ukine ako se izmene uslovi pod kojima je izuzeće odobreno, odnosno da poništi ako se izuzeće zasniva na netačnim ili neistinito prikazanim činjenicama ili ako se izuzeće zloupotrebljava.

Izuzeće sporazuma po vrstama

Član 12.

Vlada bliže propisuje uslove za izuzeće sporazuma po vrstama i određuje vrste zabranjenih sporazuma koji se izuzimaju od zabrane ako ispunjavaju uslove iz člana 9. stav 1. ovog zakona, kao i druge uslove propisane ovim zakonom.

Izuzete iz stava 1. ovog člana ne odnosi se na pojedine sporazume iz vrste sporazuma koja je izuzeta od zabrane, ako Komisija, na zahtev zainteresovanog lica ili po službenoj dužnosti, utvrdi da taj sporazum ne ispunjava uslove iz člana 9. stav 1. ovog zakona, kao i druge uslove propisane ovim zakonom.

U slučaju iz stava 2. ovog člana, teret dokazivanja snosi podnosilac zahteva, odnosno Komisija.

Član 13.

Horizontalni sporazumi, a naročito sporazumi o specijalizaciji, istraživanju i razvoju i saradnji, mogu biti izuzeti od zabrane u skladu sa članom 12. stav 1. ovog zakona, ako ostvaruju dejstvo na celoj teritoriji Republike Srbije i nisu zaključeni na period duži od sedam godina.

Sporazumi iz stava 1. ovog člana mogu biti izuzeti od zabrane u skladu sa članom 12. stav 1. ovog zakona i ako su zaključeni na period duži od sedam godina a ostvaruju dejstvo na pojedinom delu teritorije Republike Srbije.

Član 14.

Vertikalni sporazumi, a naročito sporazumi o:

- 1) ekskluzivnoj prodaji ili nabavci;
- 2) ekskluzivnoj distribuciji;
- 3) ekskluzivnoj dodeli klijenata;
- 4) selektivnoj distribuciji;
- 5) distributivnoj ili uslužnoj franšizi, koji podležu zabrani pošto sadrže odredbe o ekskluzivnoj distribuciji ili nabavci;
- 6) ekskluzivnom zastupanju kojim zastupnik preuzima trgovački rizik;
- 7) ograničenju prodaje krajnjim korisnicima od strane trgovca na veliko;
- 8) transferu tehnologije,

mogu biti izuzeti od zabrane u skladu sa članom 12. stav 1. ovog zakona, ako nisu zaključeni na period duži od pet godina i ako ostvaruju dejstvo na celoj teritoriji Republike Srbije.

Sporazumi iz stava 1. ovog člana mogu biti izuzeti od zabrane u skladu sa članom 12. stav 1. ovog zakona i ako su zaključeni na period duži od pet godina a ostvaruju dejstvo na pojedinom delu teritorije Republike Srbije.

Prijava sporazuma koji mogu biti izuzeti od zabrane

Član 15

Sporazume iz člana 7. stav 1. ovog zakona koji mogu biti izuzeti od zabrane u skladu sa ovim zakonom, osim sporazuma iz člana 12. stav 1. ovog zakona, učesnici u sporazumu dužni su da prijave Komisiji u roku od 15 dana od dana njihovog zaključivanja.

Učesnik u sporazumu može da podnese zahtev za utvrđivanje da pojedini sporazum nije zabranjen u smislu člana 7. st. 1. i 2. ovog zakona.

Komisija rešenjem odlučuje o zahtevu iz stava 2. ovog člana.

Ako se posle donošenja rešenja iz stava 2. ovog člana kojim je utvrđeno da sporazum nije zabranjen izmene okolnosti na kojima se rešenje zasniva, Komisija donosi rešenje o ukidanju tog rešenja, a ako naknadnom proverom utvrdi da je rešenje kojim je utvrđeno da sporazum nije zabranjen doneto na osnovu neistinitih ili netačnih podataka Komisija to rešenje poništava.

Za izdavanje rešenja iz stava 3. ovog člana podnosilac zahteva plaća naknadu u visini utvrđenoj Tarifnikom naknada iz člana 50. stav 4. ovog zakona.

2. Zloupotreba dominantnog položaja

Dominantan položaj

Član 16.

Dominantan položaj na relevantnom tržištu ima učesnik na tržištu koji posluje nezavisno od drugih učesnika na tržištu, odnosno koji donosi poslovne odluke ne vodeći računa o poslovnim odlukama svojih konkurenata, dobavljača, kupaca i/ili krajnjih korisnika njegove robe i/ili usluga.

Učesnik na tržištu može, ali ne mora da ima dominantan položaj ako je njegov udeo na relevantnom tržištu veći od 40%, uzimajući u obzir udele koje na tom tržištu imaju njegovi konkurenti, prepreke ulasku na relevantno tržište i snagu njegovih potencijalnih konkurenata, kao i eventualan dominantan položaj kupca.

Dominantan položaj na tržištu može da ima i učesnik na tržištu čiji je udeo na relevantnom tržištu manji od 40% i u tom slučaju Komisija, odnosno podnosilac zaheva, snosi teret dokazivanja dominantnog položaja.

Učesnik na tržištu koji na relevantnom tržištu ima udeo veći od 40% snosi teret dokazivanja da nema dominantan položaj u smislu stava 2. ovog člana.

Udeo na relevantnom tržištu utvrđuje se na osnovu svih relevantnih ekonomskih kriterijuma koji određuju položaj učesnika na tržištu u odnosu na druge učesnike, uključujući naročito količinu robe i/ili usluga i prihod ostvaren prometom predmetnih roba i/ili usluga.

Kolektivni dominantan položaj

Član 17.

Dominantan položaj mogu imati dva ili više nezavisnih učesnika na tržištu koji su na relevantnom tržištu povezani ekonomskim vezama, tako da zajednički deluju kao jedan učesnik na tržištu (kolektivna dominacija).

Dva ili više učesnika na tržištu mogu, ali ne moraju imati dominantan položaj ako je njihov ukupan udeo na relevantnom tržištu veći od 50%, uzimajući u obzir udele koje na tom tržištu imaju njihovi konkurenti, prepreke ulasku na relevantno tržište i snagu njihovih potencijalnih konkurenata, kao i eventualan dominantan položaj kupca.

Dominantan položaj na tržištu mogu da imaju dva ili više učesnika na tržištu čiji je udeo na relevantnom tržištu manji od 50% i u tom slučaju Komisija, odnosno podnosilac zahteva, snosi teret dokazivanja dominantnog položaja.

Dva ili više učesnika na tržištu koji imaju ukupni udeo na relevantnom tržištu veći od 50%, snose teret dokazivanja da nemaju dominantan položaj u smislu stava 2. ovog člana.

Zabrana zloupotrebe dominantnog položaja

Član 18.

Zloupotreba dominantnog položaja na relevantnom tržištu je zabranjena.

Zloupotrebom dominantnog položaja na relevantnom tržištu robe i/ili usluga smatraju se radnje kojima se ograničava, sprečava ili narušava konkurencija, a naročito radnje kojima se:

- 1) neposredno ili posredno nameću nepravedne kupovne ili prodajne cene ili drugi nepravedni uslovi poslovanja;
- 2) ograničava proizvodnja, tržište ili tehnički razvoj, na štetu potrošača;

3) primenjuju nejednaki uslovi poslovanja na iste poslove sa različitim učesnicima na tržištu, čime se dovode u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurente;

4) uslovljava zaključenje ugovora time da druga strana prihvati dodatne obaveze koje, po svojoj prirodi ili prema trgovačkim običajima, nisu u vezi sa predmetom ugovora.

Član 19.

Ako Komisija, po službenoj dužnosti ili na zahtev zainteresovanog lica, utvrdi da je zloupotrebljen dominantan položaj, donosi rešenje kojim utvrđuje povredu iz člana 18. ovog zakona.

Rešenjem iz stava 1. ovog člana mogu da se odrede mere, koje su učesnici na tržištu dužni da preduzmu, radi uspostavljanja konkurencije na relevantnom tržištu i otklanjanja štetnih posledica zloupotrebe dominantnog položaja, kao i rokovi za njihovo izvršenje.

Mere iz stava 2. ovog člana ne mogu da se odnose na podelu privrednog društva, odnosno preduzeća, otuđenje njegove imovine, akcija ili udela, raskid ugovora ili odricanje od prava koja daju mogućnost odlučujućeg uticaja na poslovanje drugog učesnika na tržištu.

Član 20.

Komisija može na zahtev učesnika na tržištu koji ima dominantan položaj na relevantnom tržištu rešenjem da utvrdi da pojedine radnje koje taj učesnik namerava da preduzme nisu radnje kojima se zloupotrebljava dominantan položaj u smislu člana 18. ovog zakona.

Komisija može rešenje iz stava 1. ovog člana da ukine ako se izmene okolnosti na kojima se rešenje zasniva ili da poništi ako je rešenje doneto na osnovu neistinitih ili netačnih podataka.

Za izdavanje rešenja iz stava 1. ovog člana podnosilac zahteva plaća naknadu u visini utvrđenoj Tarifnikom naknada iz člana 50. stav 4. ovog zakona.

3. Koncentracija

Pojam

Član 21.

Koncentracija učesnika na tržištu nastaje u slučajevima:

1) Statusnih promena učesnika na tržištu u smislu zakona kojim se uređuju privredna društva;

2) sticanja neposredne ili posredne kontrole jednog ili više učesnika na tržištu nad drugim učesnikom na tržištu ili njegovim delom;

3) osnivanja i zajedničkog kontrolisanja novog učesnika na tržištu od strane najmanje dva nezavisna učesnika na tržištu, koji posluje na dugoročnoj osnovi, koji ima sve funkcije nezavisnog učesnika na tržištu i pristup tržištu (zajedničko ulaganje).

Kontrola iz stava 1. tačka 2) ovog člana je mogućnost odlučujućeg uticaja na poslovanje učesnika na tržištu, zasnovano na pravima, ugovorima ili bilo kojim drugim pravnim ili činjeničnim sredstvima, a naročito:

1) vlasništvu ili pravu korišćenja celokupne imovine učesnika na tržištu ili dela njegove imovine;

2) ugovornom ovlašćenju ili bilo kojem drugom osnovu kojim se stiče mogućnost na odlučujući uticaj na sastav, rad ili odlučivanje drugog učesnika na tržištu.

Smatra se da je učesnik na tržištu stekao kontrolu ukoliko je imalac ili nosilac prava iz stava 2. ovog člana ili ako kontrolu može vršiti po nekom drugom osnovu.

Oblici kontrole iz stava 2. ovog člana procenjuju se nezavisno ili u kombinaciji jedan s drugim, pri čemu se uzimaju u obzir relevantne pravne i stvarne činjenice, ali ne i namera zainteresovanih strana.

Dve ili više koncentracija između istih učesnika na tržištu izvršenih u vremenskom periodu kraćem od dve godine smatraće se kao jedna koncentracija, a kao vreme njenog nastanka uzima se dan izvršenja poslednje od ovih koncentracija.

Član 22.

Ne smatra se da je nastala koncentracija učesnika na tržištu ako:

1) bankarska i druga finansijska organizacija privremeno stekne akcije ili udele radi dalje prodaje, pod uslovom da ih proda najkasnije u roku od 12 meseci od dana sticanja i da ih ne koristi tako da utiče na poslovne odluke učesnika na tržištu koje se odnose na njegovo ponašanje na tržištu;

2) stečajni upravnik stekne kontrolu nad učesnikom na tržištu;

3) zajedničko ulaganje ima za cilj koordinaciju tržišnih aktivnosti između dva ili više učesnika na tržištu koji zadržavaju svoju pravnu nezavisnost, pri čemu će ovakvo zajedničko ulaganje biti ocenjivano kroz odredbe člana 7. ovog zakona.

Komisija može produžiti rok iz stava 1. tačka 1) ovog člana na zahtev sticalaca akcija ili udela, pod uslovom da sticalac dokaže da prodaja akcija ili udela nije razumno bila moguća u okviru tog roka.

Zahtev za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracije

Član 23.

Koncentracija iz člana 21. ovog zakona sprovodi se po pribavljenom odobrenju koje na zahtev učesnika na tržištu izdaje Komisija.

Zahtev iz stava 1. ovog člana podnosi se pod uslovom da:

1) zajednički ukupan godišnji prihod svih učesnika u koncentraciji ostvaren na tržištu Republike Srbije u prethodnoj obračunskoj godini prelazi iznos od 10 (deset) miliona evra, u dinarskoj protivvrednosti po kursu na dan sastavljanja godišnjeg računa ili

2) zajednički ukupan godišnji prihod učesnika u koncentraciji ostvaren na svetskom tržištu u prethodnoj obračunskoj godini prelazi iznos od 50 (pedeset) miliona evra, u dinarskoj protivvrednosti po kursu na dan sastavljanja godišnjeg računa, pri čemu najmanje jedan učesnik na tržištu koji je učesnik koncentracije mora da bude registrovan na teritoriji Republike Srbije.

U prvoj godini poslovanja prihod iz stava 2. ovog člana računaće se na osnovu prihoda ostvarenog u tekućoj obračunskoj godini na nivou 12 meseci.

Pri računanju godišnjeg ukupnog prihoda iz stava 2. ovog člana neće se računati prihod koji ti učesnici na tržištu ostvare u međusobnoj razmeni.

Učesnici koncentracije su dužni da prekinu sprovođenje koncentracije do donošenja rešenja Komisije kojim se nameravana koncentracija odobrava ili do isteka roka od četiri meseca od dana podnošenja zahteva.

Vlada bliže uređuje sadržinu i način podnošenja zahteva za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracije.

Član 24.

Ukupan godišnji prihod iz člana 23. stav 2. ovog zakona za učesnike na tržištu koji se bave pružanjem finansijskih usluga i za osiguravajuća društva i društva koja se bave poslovima reosiguranja, izračunava se na sledeći način:

1) za pravna lica koja se bave pružanjem finansijskih usluga, posle odbijanja poreza na promet, poreza na dodatu vrednost (posredna poreska davanja) i drugih poreza koji se direktno odnose na njih, uzima se zbir sledećih prihoda:

(1) prihod od kamata i slični prihodi;

(2) prihod od hartija od vrednosti (prihod od akcija i drugih hartija od vrednosti koje imaju promenljiv prinos, prihod od udela kod učesnika na tržištu, prihod od akcija u povezanim učesnicima na tržištu);

(3) potraživanje provizija;

(4) neto profit od finansijskih operacija;

(5) drugi prihodi iz poslovanja

2) za osiguravajuća društva i društva koja se bave poslovima reosiguranja, bruto iznos naplaćenih ili potraživanih premija po osnovu ugovora o osiguranju i reosiguranju zaključenih od strane ili u ime osiguravajućih društava pošto se od tog iznosa odbiju porezi koji se naplaćuju na iznos premija po jednom ugovoru ili na ukupan iznos premija.

Rokovi i ovlašćenje za podnošenje zahteva

Član 25.

Zahtev iz člana 23. stav 1. ovog zakona podnosi se Komisiji u roku od sedam dana od dana potpisivanja sporazuma, odnosno od dana objavljivanja javnog poziva, odnosno ponude ili od dana sticanja kontrole.

Zahtev iz stava 1. ovog člana može se podneti i kada učesnici na tržištu pokažu ozbiljnu nameru za zaključenje ugovora, potpisivanjem pisma o nameri ili kada objave nameru da učine ponudu za kupovinu akcija.

Kada kontrolu nad celim ili nad delovima jednog ili više učesnika na tržištu stiče drugi učesnik na tržištu, zahtev podnosi učesnik na tržištu koji stiče kontrolu, a u svim ostalim slučajevima učesnici na tržištu podnose zajednički zahtev.

Postupanje po zahtevu

Član 26.

Komisija je dužna da podatke iz zahteva objavi u „Službenom glasniku Republike Srbije“, a ako je koncentracija od značaja za zajedničko tržište državne zajednice Srbija i Crna Gora i u „Službenom listu Srbije i Crne Gore“.

Podaci iz stava 1. ovog člana koji se objavljuju odnose se na:

- 1) nazive učesnika na tržištu;
- 2) kratak opis koncentracije;
- 3) privredni sektor u okviru koga se koncentracija vrši.

Član 27.

Komisija po zahtevu može da:

- 1) odbaci zahtev, ako se nisu stekli uslovi iz čl. 23. i 24. ovog zakona;
- 2) obustavi postupak, ako podnosilac zahteva odustane od zahteva;
- 3) odobri koncentraciju, ako se procenom njenih posledica, na osnovu člana 28. ovog zakona, utvrdi da ta koncentracija ne dovodi do bitnog sprečavanja, ograničavanja ili narušavanja konkurencije, pre svega stvaranjem, odnosno jačanjem dominantnog položaja na tržištu;
- 4) uslovno odobri koncentraciju, uz propisivanje dodatnih uslova i obaveza koje učesnici u koncentraciji moraju u utvrđenim rokovima da izvrše pre ili posle sprovođenja koncentracije;
- 5) odbije zahtev za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracije, ako traženo sprovođenje bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurenciju, pre svega stvaranjem, odnosno jačanjem dominantnog položaja na tržištu.

Za izdavanje akta iz stava 1. ovog člana podnosilac zahteva plaća naknadu u visini utvrđenoj Tarifnikom naknada iz člana 50. stav 4. ovog zakona.

Na obrazloženi zahtev učesnika koncentracije Komisija može privremeno odobriti sprovođenje postupka koncentracije i pre donošenja rešenja iz stava 1. ovog člana, uzimajući u obzir naročito posledice prekida sprovođenja koncentracije na učesnike i treća lica, kao i stepen verovatnoće povrede konkurencije takvom koncentracijom.

Član 28.

Prilikom procene posledica nameravane koncentracije, Komisija utvrđuje da li se takvom koncentracijom bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija, pre svega stvaranjem, odnosno jačanjem dominantnog položaja na tržištu, pri čemu u obzir uzima naročito:

- 1) strukturu relevantnog tržišta;
- 2) stvarne i potencijalne konkurente;
- 3) položaj na tržištu učesnika u koncentraciji i njihovu ekonomsku i finansijsku moć;
- 4) mogućnosti izbora dobavljača i korisnika;
- 5) pravne i druge prepreke za ulazak na relevantno tržište;
- 6) nivo unutrašnje i međunarodne konkurentnosti učesnika u koncentraciji;
- 7) trendove ponude i potražnje relevantne robe i/ili usluga;
- 8) trendove tehničkog i ekonomskog razvoja;
- 9) interese potrošača.

Član 29.

Komisija će da ukine rešenje ako učesnici u koncentraciji ne ispune dodatni uslov ili obavezu u skladu sa članom 27. stav 1. tačka 4) ovog zakona, odnosno da poništi rešenje kojim se koncentracija odobrava ili uslovno odobrava, ako je rešenje doneto na osnovu netačnih ili neistinito prikazanih činjenica.

Ako učesnici u koncentraciji ne mogu da ispune neki od uslova utvrđenih u rešenju kojim se koncentracija uslovno odobrava zbog okolnosti čije nastupanje nisu mogli da predvide, izbegnu ili otklone, Komisija će u skladu sa tim da izmeni rešenje.

Upis u registar

Član 30.

Za koncentracije koje se u skladu sa zakonom registruju u odgovarajućem registru i koje u smislu ovog zakona podležu obavezi pribavljanja odobrenja, uz prijavu za registraciju podnosi se i rešenje Komisije kojim se ta koncentracija odobrava.

III. KOMISIJA ZA ZAŠTITU KONKURENCIJE

Osnivanje i položaj

Član 31.

Komisija je samostalna i nezavisna organizacija koja vrši javna ovlašćenja, u skladu sa ovim zakonom.

Komisija ima status pravnog lica.

Sedište Komisije je u Beogradu.

Član 32.

Komisija za svoj rad odgovara Narodnoj skupštini Republike Srbije (u daljem tekstu: Skupština), kojoj podnosi godišnji izveštaj o radu.

Izveštaj iz stava 1. ovog člana podnosi se najkasnije do kraja februara tekuće godine, za prethodnu godinu.

Organ Komisije

Član 33.

Organ Komisije i Savet Komisije (u daljem tekstu: Savet) koji donosi sve odluke i druge akte o pitanjima iz nadležnosti Komisije.

Komisiju predstavlja i zastupa predsednik Saveta, a u slučaju njegove sprečenosti Komisiju zastupa zamenik predsednika Saveta.

Ako je i zamenik sprečen, zamenjuje ga po godinama najstariji član Saveta.

Predsednik Saveta, odnosno zamenik predsednika Saveta može u celini ili delimično preneti funkciju zastupanja Komisije drugom članu Saveta, samo na osnovu odluke Saveta.

Stručna služba

Član 34.

Stručna služba Komisije (u daljem tekstu: Služba) obavlja stručne poslove iz nadležnosti Komisije, u skladu sa ovim zakonom, Statutom, pravilnikom i drugim aktima Komisije.

Službom rukovodi direktor.

Savet većinom glasova postavlja direktora Službe iz reda zaposlenih u Službi.

Za direktora Službe (u daljem tekstu: direktor) može biti postavljeno lice sa visokom stručnom spremom pravne ili ekonomske struke, koje ima potrebna znanja iz oblasti zaštite konkurencije.

Direktor za svoj rad odgovara Savetu.

Na prava i obaveze zaposlenih u Službi primenjuje se zakon kojim se uređuju prava, obaveze i odgovornosti po osnovu rada.

Nadležnost Komisije

Član 35.

Komisija je nadležna da:

1) rešava o pravima i obavezama učesnika na tržištu u skladu sa zakonom;

2) učestvuje u izradi propisa koji se donose u oblasti zaštite konkurencije;

3) predlaže Vladi donošenje propisa za sprovođenje ovog zakona;

4) prati i analizira uslove konkurencije na pojedinačnim tržištima u pojedinačnim sektorima;

5) daje mišljenje nadležnim organima na predloge propisa, kao i na važeće propise kojima se vrši povreda konkurencije;

6) daje mišljenja u vezi sa primenom propisa u oblasti zaštite konkurencije;

7) ostvaruje međunarodnu saradnju u oblasti zaštite konkurencije, radi izvršavanja međunarodnih obaveza u ovoj oblasti i prikuplja informacije o zaštiti konkurencije u drugim državama;

8) saraduje sa državnim organima, organima teritorijalne autonomije i lokalne samouprave, radi obezbeđivanja uslova za doslednu primenu ovog zakona i drugih propisa kojima se uređuju pitanja od značaja za zaštitu konkurencije;

9) preduzima aktivnosti na razvijanju svesti o potrebi zaštite konkurencije;

10) vodi evidenciju o prijavljenim sporazumima, o učesnicima koji imaju dominantan položaj na tržištu, kao i o koncentracijama, u skladu sa ovim zakonom;

11) organizuje, preuzima i kontroliše sprovođenje mera kojima se obezbeđuje zaštita konkurencije;

12) obavlja i druge poslove u skladu sa zakonom.

Poslove iz stava 1. tač. 1), 2), 3), 4), 5), 6), 7), 8), 11) i 12) ovog člana Komisija obavlja kao poverene poslove.

Sastav i izbor Saveta

Član 36.

Savet ima pet članova koji se biraju iz reda uglednih stručnjaka u oblasti prava ili ekonomije, koji raspolažu potrebnim znanjima iz oblasti zaštite konkurencije.

Članove Saveta bira Skupština, na predlog ovlašćenih predlagača.

Ovlašćeni predlagači su:

- 1) Udruženje pravnika Srbije;
- 2) Naučno društvo ekonomista Srbije;
- 3) Advokatska komora Srbije;
- 4) Privredna komora Srbije;
- 5) Vlada Republike Srbije.

Ovlašćeni predlagači utvrđuju predloge kandidata samostalno, a Vlada na predlog ministra nadležnog za poslove trgovine.

Član 37.

Svaki ovlašćeni predlagač podnosi nadležnom odboru Skupštine predlog sa najmanje dva kandidata za člana Saveta. Svaki predlog mora biti potpisan i overen od strane ovlašćenog predlagača i sadržati lično ime, adresu i osnovne biografske podatke predloženih kandidata.

Ako je predlog liste kandidata podnet suprotno odredbama ovog zakona, nadležni odbor Skupštine vraća predlog ovlašćenom predlagaču da ga u roku od 15 dana uskladi sa ovim zakonom.

Predsednik Skupštine, najmanje 20 dana pre odlučivanja o izboru člana Saveta, na pogodan način, javno objavljuje sve važeće liste kandidata koje su podneli ovlašćeni predlagači sa osnovnim biografskim podacima o kandidatima.

Nadležni odbor Skupštine može, pre odlučivanja o izboru članova Saveta, organizovati javni razgovor sa predloženim kandidatima radi sticanja uvida u njihove sposobnosti za obavljanje poslova iz nadležnosti Komisije.

Skupština bira po jednog kandidata iz svakog važećeg predloga.

Član 38.

Član Saveta ne može biti:

- 1) lice starije od 65 godina u vreme izbora;
- 2) lice koje je srodnik člana Saveta u pravoj liniji, odnosno u pobočnoj liniji, zaključno sa drugim stepenom;
- 3) poslanik u Skupštini Srbije i Crne Gore, narodni poslanik i poslanik skupštine autonomne pokrajine;
- 4) izabrano, imenovano i postavljeno lice u organima i organizacijama državne zajednice Srbija i Crna Gora i Republike Srbije, kao i drugi funkcioneri;
- 5) funkcioner političke stranke;
- 6) preduzetnik i lice koje učestvuje u upravljanju ili radu pravnog lica koje se bavi privrednom delatnošću;
- 7) lice pravnosnažno osuđeno za krivična dela protiv službene dužnosti, za korupciju, prevaru, krađu ili drugo krivično delo koje ga čini nedostojnim za obavljanje funkcije, bez obzira na izrečenu kaznu, kao i lica pravnosnažno osuđena na kaznu zatvora u trajanju dužem od šest meseci.

Kandidat je dužan da ovlašćenom predlagaču dostavi pismenu izjavu da ne postoje smetnje za izbor utvrđene u stavu 1. tač. 2), 3), 4), 5) i 6) ovog člana.

Kandidat je dužan da uz pismenu izjavu iz stava 2. ovog člana priloži i dokaze iz stava 1. tač. 1) i 7) ovog člana, u originalu ili overenoj fotokopiji.

Član 39.

Članovi Saveta ne predstavljaju ovlašćene predlagače, već dužnost obavljaju samostalno, po najboljem znanju i savesti, u skladu sa ovim zakonom i propisima donetim na osnovu ovog zakona.

Članu Saveta funkcija prestaje samo iz razloga i u postupku uređenom ovim zakonom.

Član 40.

Član Saveta bira se na pet godina.

Izuzetno od stava 1. ovog člana, prilikom prvog izbora članova Saveta, dva člana se biraju na period od tri godine, dva člana na period od četiri godine, a jedan član na period od pet godina. Prilikom izbora za prvi sastav Saveta, predsednik Skupštine žrebom određuje ovlašćene predlagače čiji se kandidati predlažu za izbor na tri, odnosno četiri godine.

Isto lice ne može da bude birano za člana Saveta više od dva puta uzastopno.

Član 41.

Mandat člana Saveta prestaje:

- 1) istekom vremena na koje je izabran;
- 2) razrešenjem iz razloga predviđenih ovim zakonom;
- 3) smrću.

Član 42.

Skupština, na predlog Saveta ili najmanje 20 narodnih poslanika, razrešava člana Saveta u sledećim slučajevima:

1) ako je, zbog bolesti, na osnovu nalaza zdravstvene ustanove, nesposoban za obavljanje dužnosti člana Saveta u periodu dužem od šest meseci;

2) ako je član Saveta pri podnošenju predloga izneo o sebi neistinite podatke ili je propustio da iznese podatke o okolnostima iz čl. 38. i 47. ovog zakona;

3) ako je u toku trajanja mandata nastupila neka od okolnosti iz člana 38. ovog zakona;

- 4) ako član Saveta bez osnovanog razloga propusti ili odbije da obavlja dužnost u periodu od najmanje šest meseci neprekidno ili u periodu od 12 meseci u kome najmanje šest meseci sa prekidima ne obavlja svoju dužnost;
- 5) ako vrši dužnost suprotno odredbama ovog zakona;
- 6) ako iznese podatke suprotno članu 55. stav 2. ovog zakona;
- 7) ako član Saveta podnese ostavku Skupštini u pismenoj formi.

Član 43.

Kada je podnet predlog za razrešenje člana Saveta, Savet može doneti odluku da suspenduje člana Saveta protiv koga je podnet predlog za razrešenje, do donošenja odluke Skupštine, ali ne duže od šest meseci.

Član 44.

Predsednik Skupštine upućuje javni poziv za podnošenje predloga liste kandidata za člana Saveta najkasnije šest meseci pre isteka mandata člana Saveta i dostavlja ga ovlašćenim predlagačima koji su predložili kandidate kojima mandat ističe u skladu sa članom 41. tačka 1) ovog zakona.

Ovlašćeni predlagači u roku od dva meseca od dana dostavljanja poziva dostavljaju Skupštini predlog kandidata.

Skupština donosi odluku o izboru novih članova Saveta pre isteka mandata postojećih članova.

U slučaju prestanka mandata na osnovu člana 41. tač. 2) i 3) ovog zakona, ovlašćeni predlagač koji je predložio člana, bez odlaganja, a najkasnije u roku od dva meseca, Skupštini dostavlja predlog kandidata za upražnjeno mesto u Savetu. Skupština u roku od dva meseca od dana dostavljanja predloga bira člana Saveta, na mandatni period od pet godina.

Rad Saveta

Član 45.

Rad Saveta je javan, u skladu sa propisima koji uređuju javnost rada organa državne uprave, odnosno pravosudnih organa.

Savet odlučuje većinom glasova prisutnih članova, ako je ispunjen kvorum od najmanje tri člana.

U slučaju jednake podele glasova odlučuje glas predsednika Saveta, a u slučaju njegove sprečenosti odlučuje glas zamenika predsednika Saveta.

Član Saveta pri donošenju odluke u pojedinom predmetu može da izdvoji mišljenje, pismeno ili usmeno, na zapisnik.

Član 46.

Predsednik Saveta rukovodi radom Saveta, potpisuje odluke i druge akte i stara se o njihovom izvršenju i obavlja druge poslove utvrđene ovim zakonom, Statutom, pravilnikom i drugim aktima Komisije.

Predsednika i zamenika predsednika bira Savet iz svojih redova većinom glasova prisutnih članova.

Sukob interesa

Član 47.

Članovi Saveta, odnosno zaposleni u Komisiji, su funkcioneri u smislu zakona kojim se uređuje sukob interesa pri vršenju javnih funkcija.

Član Saveta kome je prestalo članstvo i zaposleni kome je prestao radni odnos ne mogu da budu zastupnici u postupku, u skladu sa ovim zakonom, najmanje dve godine po prestanku članstva, odnosno radnog odnosa.

Član Saveta, odnosno zaposleni, u trenutku stupanja u članstvo, odnosno zasnivanja radnog odnosa, Savetu dostavlja pismenu izjavu da ne postoje smetnje za izbor utvrđene u stavu 1. ovog člana.

Član Saveta obaveštava predsednika, a zaposleni direktora Službe, o interesima koje ima ili koje je stekao u privrednim delatnostima, a naročito o udelima kojima raspolaže u privrednim društvima, odnosno delatnostima i ne može učestvovati u odlučivanju u pitanjima u kojima ima takav interes.

Naknada za rad

Član 48.

Predsednik i članovi Saveta imaju pravo na novčanu naknadu za rad.

Kriterijumi za određivanje visine naknade utvrđuju se Statutom u visini plate predsednika, odnosno sudija Vrhovnog suda Srbije.

Statut i drugi akti Komisije

Član 49.

Statut Komisije i druge akte, kojima se uređuje unutrašnja organizacija i način rada Komisije, donosi Savet.

Na Statut Komisije saglasnost daje Vlada.

Statut se objavljuje u „Službenom glasniku Republike Srbije“.

Finansiranje Komisije

Član 50.

Sredstva za osnivanje i prvu godinu rada Komisije obezbeđuju se iz budžeta Republike Srbije.

Sredstva za rad Komisije obezbeđuju se iz prihoda koje Komisija ostvari obavljanjem poslova, a naročito iz:

- 1) naknada koje se plaćaju u skladu sa ovim zakonom;
- 2) donacija, osim donacija iz stava 3. ovog člana;
- 3) prihoda od prodaje izdanja Komisije;
- 4) drugih izvora u skladu sa zakonom.

Sredstva za rad Komisije ne mogu da se obezbeđuju iz donacija učesnika na tržištu na koje se primenjuje ovaj zakon.

Visina naknade iz stava 2. tačka 1) ovog člana utvrđuje se Tarifnikom naknada koji donosi Savet, uz saglasnost Vlade.

Tarifnik iz stava 4. ovog člana objavljuje se u „Službenom glasniku Republike Srbije“.

Član 51.

Finansiranje Komisije vrši se u skladu sa finansijskim planom koji za svaku godinu donosi Komisija i podnosi Vladi najkasnije do 1. novembra tekuće godine, za narednu godinu.

Finansijskim planom utvrđuju se ukupni prihodi i rashodi Komisije, uključujući i izdvajanja za sredstva rezervi, kao i elemente za određivanje troškova zarada.

Ukupni rashodi Komisije obuhvaćeni finansijskim planom uključujući i rezerve, ne mogu biti veći od troškova potrebnih za uspešno ostvarivanje nadležnosti Komisije.

Višak prihoda nad rashodima Komisije, uplaćuje se u budžet Republike.

Višak rashoda nad приходima Komisija pokriva iz sredstava rezervi, a ako ta sredstva nisu dovoljna - iz budžeta Republike.

Na finansijski plan saglasnost daje Vlada.

Završni račun Komisije podleže godišnjoj reviziji nezavisnog ovlašćenog revizora. Komisija objavljuje završni račun najkasnije tri meseca po završetku finansijske godine.

Primena Zakona kojim se uređuje opšti upravni postupak

Član 52.

U postupku pred Komisijom primenjuju se odredbe zakona kojim se uređuje opšti upravni postupak, ako drugačije nje propisano ovim zakonom.

Rešenja Komisije su konačna.

Protiv konačnog rešenja može se pokrenuti upravni spor pred nadležnim sudom.

Predsednik Saveta donosi zaključke.

Protiv zaključka iz stava 4. ovog člana može se izjaviti žalba Savetu, koja se podnosi u roku od tri dana od dana dostavljanja zaključka.

Izuzete

Član 53.

Pored razloga za izuzete utvrđenih u zakonu kojim se uređuje opšti upravni postupak, stranka u postupku može da zahteva izuzete člana Saveta ili ovlašćenog lica, ako član Saveta ili ovlašćeno lice ima bilo kakvo učešće u imovini ili upravljanju učesnikom na tržištu koje je stranka u postupku ili je prijatelj ili u zavadi sa strankom u postupku, njenim akcionarom ili članom uprave ili nadzornog odbora stranke u postupku ili je u drugom bliskom odnosu ili sukobu sa strankom u postupku ili sa licem koje je povezano sa strankom u postupku.

Predsednik Saveta odlučuje o izuzeću člana Saveta i ovlašćenog lica.
O izuzeću predsednika Saveta odlučuje Savet.

Pravo uvida u spise i pravo obaveštavanja o toku postupka

Član 54.

Zahtev za uvid u spise može se podneti pismeno ili usmeno na zapisnik.

Stranka može da zahteva da se drugim zainteresovanim licima zabrani uvid u pojedine isprave u spisima ili podatke sadržane u njima, ako te isprave i podaci predstavljaju državnu, vojnu, službenu ili poslovnu tajnu.

O zahtevu za uvid i zahtevu za zabranu uvida odlučuje predsednik Saveta ili član koga on odredi.

Zaključkom kojim se zabranjuje uvid može se naložiti stranci da pripremi isprave bez podataka koji predstavljaju poslovnu tajnu, radi omogućavanja uvida u njih.

Lica koja su podnela prijavu Komisiji da je izvršena radnja kojom se sprečava, ograničava ili narušava konkurencija imaju pravo obaveštavanja o toku postupka i pravo uvida u spise, u skladu sa zakonom.

Pribavljanje i tajnost podataka

Član 55.

Komisija može strankama u postupku i drugim učesnicima na tržištu pismenim putem naložiti dostavljanje podataka značajnih za utvrđivanje činjenica u određenom predmetu, uključujući i podatke koji predstavljaju državnu, vojnu, službenu ili poslovnu tajnu.

Pribavljeni podaci koji predstavljaju državnu, vojnu, službenu ili poslovnu tajnu ne mogu se objavljivati niti saopštavati trećim licima, osim na osnovu pismene saglasnosti lica na koje se taj podatak odnosi.

Pokretanje postupka po službenoj dužnosti

Član 56.

Komisija pokreće postupak po službenoj dužnosti i daje nalog Službi da postupak sprovede kada dođe do saznanja koje osnovano ukazuje da je izvršena radnja kojom se vrši povreda odredaba ovog zakona.

Komisija može da pokrene postupak po službenoj dužnosti i kada stranka učini verovatnim sledeće činjenice:

1) da se izvršenom radnjom sprečava, ograničava ili narušava konkurencija i

2) da nema dovoljno sredstava za pokretanje i vođenje postupka ili da je vođenje postupka po službenoj dužnosti potrebno radi zaštite njenog identiteta.

Zaključak o pokretanju postupka po službenoj dužnosti donosi predsednik Saveta.

Pokretanje postupka po zahtevu

Član 57.

Komisija može da pokrene postupak po zahtevu za utvrđivanje da pojedini sporazum nije zabranjen ili po zahtevu za izuzimanje pojedinog sporazuma od zabrane, koji podnosi učesnik, odnosno učesnici u sporazumu.

Komisija može da pokrene postupak po zahtevu za utvrđivanje da pojedina radnja nije zabranjena u smislu ovog zakona o zloupotrebi dominantnog položaja koji podnosi učesnik na tržištu koji vrši tu radnju ili namerava da je vrši.

Komisija može da pokrene postupak po zahtevu za pokretanje postupka protiv učesnika na tržištu koji je učinio radnju sprečavanja, ograničavanja ili narušavanja konkurencije, koji mogu podneti:

1) učesnici na tržištu kojima se prouzrokuje ili može prouzrokovati šteta;

2) privredne komore, udruženja poslodavaca i preduzetnika;

3) udruženje potrošača;

4) državni organ, organ teritorijalne autonomije i organ lokalne samouprave.

Komisija može da pokrene postupak po zahtevu za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracije koji podnose:

1) učesnici u koncentraciji u slučaju statusnih promena ili zajedničkog ulaganja;

2) učesnik ili učesnici na tržištu koji stiču kontrolu nad drugim učesnikom na tržištu ili njegovim delom.

Zaključak o pokretanju postupka po zahtevu

Član 58.

Zaključak o pokretanju postupka po zahtevu donosi predsednik Saveta u roku od osam dana od dana podnošenja zahteva.

Predsednik Saveta u roku iz stava 1. ovog člana donosi zaključak kojim odbacuje zahtev, ako je zahtev podnet od strane neovlašćenog lica ili ako radnja opisana u zahtevu nije radnja kojom se sprečava, ograničava ili narušava konkurencija.

Odgovor na zahtev

Član 59.

Kada u postupku pred Komisijom učestvuju stranke sa suprotnim interesima, Komisija stranci protiv koje se vodi postupak dostavlja zahtev i zaključak o pokretanju postupka.

Stranka ima pravo da odgovori na zahtev u roku koji odredi Komisija, a koji ne može biti kraći od osam dana.

Skraćeni postupak

Član 60.

Komisija može doneti rešenje neposredno, bez sprovođenja ispitnog postupka ako:

- 1) u postupku ne učestvuju stranke sa suprotnim interesima;
- 2) stranka u svom zahtevu navede činjenice ili podnese dokaze na osnovu kojih se može utvrditi stanje stvari ili ako se stanje stvari može utvrditi na osnovu činjenica poznatih Komisiji;
- 3) u postupku pokrenutom po zahtevu za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracije, na osnovu podnetih dokaza i drugih činjenica poznatih Komisiji, može osnovano da se pretpostavi da ta koncentracija ne dovodi do bitnog sprečavanja, ograničavanja ili narušavanja konkurencije, pre svega stvaranjem, odnosno jačanjem dominantnog položaja na tržištu;
- 4) nije potrebno posebno saslušanje stranke radi zaštite njenih prava, odnosno pravnih interesa.

Ispitni postupak

Član 61.

Ovlašćeno lice koga odredi direktor sprovodi ispitni postupak u roku određenom u zaključku o pokretanju postupka i podnosi izveštaj Savetu.

U ispitnom postupku ovlašćeno lice pribavlja isprave koje sadrže podatke od značaja za rešavanje u predmetu, vrši uviđaj i druge radnje potrebne da se pravilno utvrdi činjenično stanje, uzima izjave od stranaka, svedoka, veštaka i odgovornih lica ili lica koja su ranije imala svojstvo odgovornih lica, zaposlenih i ranije zaposlenih lica učesnika na tržištu protiv kojeg se postupak vodi, kao i od svih drugih lica koja mogu raspolagati posebnim podacima u vezi sa okolnostima postupka, ali nema pravo da održi usmenu raspravu.

Pregled prostorija i privremeno oduzimanje isprava i predmeta

Član 62.

Ako postoji osnovana sumnja da stranka ili drugi učesnik u postupku ima u državini isprave ili predmete koji mogu biti od značaja za utvrđivanje materijalne istine, Komisija će od nadležnog organa da zatraži izdavanje naloga za pregled poslovnih i drugih prostorija stranke ili drugog učesnika u postupku i za privremeno oduzimanje isprava i predmeta.

Privremene mere

Član 63.

Ako postoji opasnost od bitne povrede konkurencije ili kada je to neophodno radi zaštite interesa stranaka u postupku, stranka i drugi učesnici u postupku mogu da podnesu Komisiji predlog za određivanje privremenih mera.

Po predlogu iz stava 1. ovog člana, Komisija može rešenjem da naloži prestanak vršenja radnji povrede konkurencije i preduzimanje radnji kojima se otklanjaju njihove štetne posledice.

Privremene mere iz stava 2. ovog člana mogu trajati do donošenja konačnog upravnog akta.

Usmena rasprava

Član 64.

Savet je dužan da održi usmenu raspravu kada u postupku:

- 1) učestvuju dve ili više stranaka sa suprotnim interesima;
- 2) treba da se sasluša svedok ili veštak.

Savet može da odluči da se održi usmena rasprava po zahtevu stranke ili po sopstvenom nahođenju ako smatra da bi to bilo korisno za razjašnjavanje spornih činjenica.

Usmena rasprava se može održati ako je prisutno više od polovine članova Saveta.

Prekid postupka

Član 65.

Komisija može doneti rešenje o prekidu postupka koji je pokrenut po službenoj dužnosti ako je konkurencija povređena samo u neznatnoj meri, a stranka protiv koje se vodi postupak se obaveže da neće nastaviti ili ponoviti radnju ili akt kojim se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija i da će nadoknaditi ili otkloniti prouzrokovanu štetu.

Prekid postupka može trajati najduže šest meseci.

Ako stranka protiv koje se vodi postupak ne ispuni ili prekrši preuzete obaveze pre isteka roka od šest meseci ili u međuvremenu učini novu povredu konkurencije, Komisija će nastaviti postupak.

Rokovi za donošenje rešenja

Član 66.

Komisija donosi rešenje kojim se utvrđuju povrede iz člana 8. stav 1. i člana 19. stav 1. ovog zakona kada se sporazumom ili pojedinim njegovim delom bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija ili zloupotrebi dominantan položaj, kao i rešenje o izuzeću od zabrane sporazuma iz člana 9. stav 1. ovog zakona, u roku koji ne može biti duži od:

- 1) četiri meseca od dana podnošenja zahteva, u postupku pokrenutom po zahtevu stranke;
- 2) šest meseci od dana donošenja zaključka o pokretanju postupka, u postupku koji se vodi po službenoj dužnosti.

Komisija donosi rešenje u postupku pokrenutom po zahtevu za izdavanje odobrenja za sprovođenje koncentracije u roku od četiri meseca od dana podnošenja zahteva.

U skraćenom postupku Komisija donosi rešenje kojim odobrava koncentraciju u roku od mesec dana od dana podnošenja zahteva.

Kontrola nad izvršenjem rešenja

Član 67.

Služba kontroliše izvršenje rešenja o prekidu postupka, izvršenje rešenja koja sadrže obaveze, uslove i zabrane za stranku i ostalih rešenja kojima je okončan postupak pred Komisijom.

Kada se u vršenju kontrole iz stava 1. ovog člana utvrdi da stranka ne postupa po rešenju, Služba bez odlaganja, a najkasnije u roku od osam dana od dana izvršene kontrole, o tome obaveštava Savet.

Rešenja kojima se izriču mere

Član 68.

Ako učesnik na tržištu ne postupi u skladu sa merama i rokovima koji su određeni u rešenju iz člana 8. stav 2. i člana 19. stav 2. ovog zakona, Komisija može doneti rešenje kojim će prema tom učesniku na tržištu izreći mere i to:

1) privremeno zabraniti vršenje prometa određene vrste robe i/ili usluga na relevantnom tržištu, koje ne može trajati duže od tri meseca;

2) privremeno zabraniti vršenje delatnosti koje ne može trajati duže od četiri meseca, ako i pored zabrane iz tačke 1) ovog člana učesnik na tržištu nastavi da vrši promet robe i/ili usluga na relevantnom tržištu.

Javnost rada Komisije

Član 69.

Rešenja Komisije objavljuju se u „Službenom glasniku Republike Srbije“.

Rešenja koja sadrže podatke koji predstavljaju državnu, vojnu, službenu ili poslovnu tajnu, objavljuju se bez tih podataka.

IV. KAZNENE ODREDBE

Zahtev za pokretanje prekršajnog postupka

Član 70.

U prekršajnom postupku primenjuju se odredbe zakona kojim se uređuju prekršaji.

Protiv učesnika na tržištu koji je učinio radnju sprečavanja, ograničavanja ili narušavanja konkurencije Komisija podnosi zahtev za pokretanje prekršajnog postupka nadležnom organu za prekršaje.

Prekršaji

Član 71.

Novčanom kaznom u visini od 1 do 10% od ukupnog godišnjeg prihoda u prethodnoj obračunskoj godini kazniće se za prekršaj učesnik na tržištu koji:

- 1) zaključi ili izvrši zabranjeni sporazum (član 7);
- 2) ne izvrši mere naložene rešenjem kojim se utvrđuje zabrana sporazuma ili zloupotreba dominantnog položaja (čl. 8. i 19);
- 3) zloupotrebi dominantan položaj na relevantnom tržištu (član 18);
- 4) sprovede koncentraciju za koju nije izdato odobrenje za sprovođenje koncentracije (član 23);
- 5) sprovede koncentraciju za koju je izdato odobrenje za sprovođenje koncentracije na osnovu netačnih podataka ili neistinito prikazanih činjenica (član 29. stav 1);
- 6) ne postupi po rešenju iz člana 63. stav 2;
- 7) ne postupi po rešenju iz člana 68.

Ako je sporazum kojim se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija zaključilo ili izvršilo poslovno udruženje, za određivanje visine novčane kazne računace se ukupan godišnji prihod ostvaren u prethodnoj obračunskoj godini svih učesnika na tržištu, članova udruženja.

Novčana kazna izrečena poslovnom udruženju može se solidarno naplatiti od članova udruženja ako je udruženje nesposobno za plaćanje ili nema svoju imovinu.

Novčanom kaznom u visini od 1 do 10% od ukupnog godišnjeg prihoda računatog u skladu sa propisima kojima se uređuje porez na dohodak građana za prethodnu obračunsku godinu, kazniće se odgovorno lice u pravnom licu za prekršaj iz stava 1. ovog člana.

Ne izriče se kazna učesniku sporazuma iz člana 7. stav 1. ovog zakona, kao ni odgovornom licu, ako je učesnik prijavio Komisiji postojanje sporazuma i njegove učesnike pre donošenja zaključka o pokretanju postupka protiv njega.

Član 72.

Novčanom kaznom u visini od 1 do 3% od ukupnog godišnjeg prihoda u prethodnoj obračunskoj godini kazniće se za prekršaj učesnik na tržištu koji:

- 1) ne prijavi sporazum koji može biti izuzet od zabrane (član 15);
- 2) ne postupi po zahtevu Komisije da joj dostavi ili saopšti tražene podatke ili joj dostavi ili saopšti netačne, nepotpune ili lažne podatke (član 55).

Novčanom kaznom u visini od 1 do 3% od ukupnog godišnjeg prihoda računatog u skladu sa propisima kojima se uređuje porez na dohodak građana za prethodnu obračunsku godinu kazniće se odgovorno lice u pravnom licu za prekršaj iz stava 1. ovog člana.

Zaštitne mere

Član 73.

Učesniku na tržištu koji je učinio prekršaj iz člana 71. stav 1. ovog zakona izriče se zaštitna mera oduzimanje predmeta i zabrane vršenja određene delatnosti.

Odgovornom licu u pravnom licu koje je učinilo prekršaj iz člana 71. stav 1. ovog zakona izriče se zaštitna mera zabrane vršenja određenih poslova.

Zastarelost

Član 74.

Zastarelost gonjenja za prekršaje iz člana 71. st. 1. i 4. ovog zakona nastupa protekom pet godina od dana učinjenog prekršaja.

Zastarelost gonjenja za prekršaje iz člana 72. ovog zakona nastupa protekom tri godine od dana učinjenog prekršaja.

V. PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Član 75.

Ovlašćeni predlagači su dužni da predloge kandidata za članove Saveta dostave Skupštini u roku od 30 dana od dana stupanja na snagu ovog zakona.

Ako neko od ovlašćenih predlagača ne podnese predlog kandidata u roku iz stava 1. ovog člana predlog kandidata, umesto ovlašćenog predlagača, podnosi Vlada u daljem roku od 15 dana.

Skupština će izabrati članove Saveta u roku od 60 dana od dana isteka roka za podnošenje predloga kandidata.

Članovi Saveta će izabrati predsednika Saveta u roku od 15 dana od dana izbora članova Saveta.

Savet će u roku od 30 dana od dana konstituisanja doneti Statut i dostaviti ga Vladi radi davanja saglasnosti.

Komisija počinje sa radom danom konstituisanja Saveta.

Danom početka rada Komisija preuzima zaposlene u Ministarstvu trgovine, turizma i usluga koji rade na poslovima sprečavanja monopolskog delovanja, kao i predmete, arhivu, opremu i sredstva za rad, koji se odnose na te poslove.

Do početka rada Komisije, poslove iz oblasti zaštite konkurencije obavljaće ministarstvo nadležno za poslove trgovine.

Član 76.

Postupci započeti po propisima koji danom stupanja na snagu ovog zakona prestaju da važe, okončaće se u skladu sa ovim zakonom.

Član 77.

Danom stupanja na snagu ovog zakona prestaje da važi Antimonopolski zakon („Službeni list SRJ“, broj 29/96).

Član 78.

Ovaj zakon stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u „Službenom glasniku Republike Srbije“.