VI. АНАЛИЗИ ЕФЕКАТА ЗАКОНА

**1. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА АНАЛИЗУ ПОСТОЈЕЋЕГ СТАЊА И ПРАВИЛНО ДЕФИНИСАЊЕ ПРОМЕНА КОЈА СЕ ПРЕДЛАЖЕ**

**Који показатељи се прате у области, који су разлози због којих се ови показатељи прате и које су њихове вредности?**

Потрошња на оглашавање се односи на трошкове за промотивне стратегије помоћу којих брендови или предузећа купују рекламни простор за промовисање производа или услуга. Примарне сврхе оглашавања укључују стварање свести, генерисање интересовања и убеђивање потрошача да предузму одређену радњу као што је куповина производа, посета веб-сајту или подршка брендовима. Оглашивачи користе оглашавање да би досегли своју циљну публику, док медијске компаније и рекламне агенције то користе као извор прихода.

Потрошња на оглашавање састоји се од два главна канала (традиционално оглашавање и дигитално оглашавање). Традиционално оглашавање се односи на медије изнад линија који испоручују комерцијалне поруке широкој публици. Ово укључује масовне медије као што су традиционална ТВ, традиционални радио, штампане новине, штампани часописи и традиционални формати оглашавања ван куће. Дигитално оглашавање користи интернет за испоруку маркетиншких порука корисницима интернета у различитим облицима. Ово укључује дигитални видео, претраживач, друштвене медије, дигитално оглашавање ван куће, дигитални банер, дигитални аудио, дигиталне огласе и утицајно оглашавање.

Тржиште оглашавања расте на глобалном нивоу, подстакнуто променом преференција потрошача, новим трендовима, локалном динамиком и макроекономским факторима. Широм света све више на значају добијају платформе за дигитално оглашавање као што су друштвени медији, онлајн видео снимци и мобилни огласи, пре свега због широко распрострањеног прихватања паметних телефона и доступности интернета.

Доминантан тренд постаје инфлуенсерски маркетинг користећи инфлуенсере на друштвеним мрежама како би досегли млађу популацију која верује препорукама утицајних људи. Предвиђа се да ће потрошња на огласе на тржишту оглашавања широм света достићи 1.160,00 милијарди америчких долара у 2025. години Сједињене Америчке Државе су водеће са пројектованом потрошњом на огласе од 455,93 милијарди америчких долара у истој години.

Такође, на тржишту оглашавања бележи се тренд раста дигиталног оглашавања и предвиђа се да ће 80% укупне потрошње ићи на огласе из дигиталних извора до 2029. године. И у Европи се бележи раст потрошње на тржишту оглашавања у Европи и верује се да ће достићи 211,17 милијарди долара у 2025. години и да ће просечна потрошња на огласе по глави становника износити 80,36 америчких долара у Европи.

Тржиште оглашавања расте и у Републици Србији. Према подацима Statista, потрошња на тржишту оглашавања у Републици Србији је, у 2024. години, достигла 372,90 милиона америчких долара, са највећим тржишним учешћем ТВ и видео оглашавања од 21,50 америчких долара у 2024. години. Оглашавање путем дигиталних канала бележи континуирани раст, и иако је стопа раста међу највишим, укупна потрошња је међу најмањим у Европи. Раст овог тржишта праћен је развојем различитих форми оглашавања. На значају добија оглашавање ангажовањем инфлуенсера, као и програматик оглашавање.

Све ове промене на тржишту оглашавања захтевају прилагођавање законодавног оквира.

Даље, имајући у виду тренд раста потрошње на игре на срећу, било је неопходно рестриктивније регулисати оглашавање.

Према подацима Управе за игре на срећу, у Републици Србији је регистрован 61 приређивач посебних игара на срећу на аутоматима; 19 приређивачи посебних игара на срећу – клађење, 27 приређивача посебних игaрa на срећу - преко средстава електронске комуникације, две играчнице и један приређивач класичних игара на срећу.

Када је реч о броју места на којима се приређују игре на срећу то је преко 2900. Према важећем законодавству не постоји ограничење, тако да је велики број огласних порука, нарочито са светлећим ефектима и слично присутан на самим продајним местима које се значајно издвајају од осталих објеката. Изменама Закона забрањене су динамичке светлеће рекламе.

Осим тога, имамо велики раст онлајн клађења и других игара на срећу. Тржиште онлајн коцкања у Србији је веома динамично, а спортско клађење заузима доминантну позицију. У 2024. години, предвиђа се да ће тржиште генерисати 142,9 милиона долара прихода, са годишњом стопом раста од 5,41 одсто и достићи величину тржишта од 186 милиона долара до 2029. године. Очекује се да ће просечан приход по кориснику у 2024. бити 690 долара. До 2029. године предвиђа се да ће број корисника на тржишту онлајн коцкања достићи 248.800, што представља 2,9 одсто становништва Србије. Светска здравствена организација проценат од преко 3% популације који се коцка сматра забрињавајућим. Имајући у виду да се приближавамо овом броју само у онлајн коцкању, наметнула се потреба предузимања неких превентивних мера, између осталог и органичење оглашавања приређивача игара на срећу.

Раст дигиталног маркетинга и све већи значај друштвених мрежа довео је да се правила оглашавања у Европској унији која се првенствено донета у циљу регулисања оглашавања на традиционалним медијима проширена и на оглашавање на новим врстама медија. Директива 13/2010 Европског парламента и Савета о пружању аудио-визуелних медијских услуга ревидирана је 2018. године и њом је утврђен нови регулаторни оквир у вези са пружањем ове врсте услуга. Ревидирана Директива је наметнула потребу усаглашавања садашњег законодавства Републике Србије са решењима садржаним у њој. Имајући у виду да су важећим Законом о оглашавању транспоноване одређене одредбе ове директиве, било је неопходно ускладити их са изменама Директиве.

**Да ли се у предметној области спроводи или се спроводио документ јавне политике или пропис? Представити резултате спровођења тог документа јавне политике или прописа и образложити због чега добијени резултати нису у складу са планираним вредностима.**

У области оглашавања, Закон о оглашавању („Службени гласник РС”, бр. 6/16 и 52/19 - др. закон) донет 28. јануара 2016. године, а примењује се од 6. маја исте године. Закон представља корак даље и у хармонизацији са прописима Европске уније, у складу са Споразумом о стабилизацији и придруживању имајући у виду да имплементира решења директива 2006/114/EЗ о обмањујућем и упоредном оглашавању и директиве 2003/33/EЗ о хармонизацији закона, прописа и административних аката држава чланица везаних за оглашавање и спонзорство дуванских производа. Такође, Законом су пренете и одређене одредбе 13/2010 Директиве о аудиовизуелним медијским услугама које се односе на оглашавање.

Међутим, промене које се дешавају на тржишту, пре свега под утицајем савремених технологија намећу потребу прилагођавања законодавства захтевима тржишта. Предлог закона о изменама и допунама Закона о оглашавању има за циљ унапређење постојећих законских решења у складу са константним технолошким развојем у овој области, подизање степена друштвене одговорности, пре свега, приређивача игара на срећу, усклађивање и прецизирање важећих одредби са постојећим европским законодавством. Предлогом закона о изменама и допунама Закона о оглашавању било је неопходно ускладити одредбе имајући у виду да је Директива 13/2010 измењена 2018. године. Такође, имајући у виду растући тренд популарности игара на срећу било је важно предузети одговарајуће мере у циљу постизања друштвене одговорности.

**Који су важећи прописи и документи јавних политика од значаја за промену која се предлаже и у чему се тај значај огледа?**

Националним програмом за усвајање правних тековина Европске уније предвиђено је усклађивање Закона о оглашавању са Директивом 2018/1808 која представља измену Директиве 13/2010. Предлогом закона стварају се услови за обухватање правилима оглашавања нових врста медија који су у експанзији последњих година.

**Да ли су уочени проблеми у области и на кога се они односе? Представити узроке и последице проблема. Која промена се предлаже?**

Последњих година бележи се тренд раста дигиталног оглашавања, и то је био разлог да се у укорак са трендовима препознају платформе као преносиоци огласне поруке. Директива 2018/1808 Европског парламента и Савета, усвојена у августу 2020. године, усмерава се на унапређење правног оквира за аудиовизуелне медије у Европској унији, укључујући онлајн платформе. Ова директива представља важан корак у регулисању дигиталних платформи и осигуравању да нове технологије не заобилазе постојеће регулативе које се односе на медије и оглашавање. Поред потребе да се обухвате платформе поменутим одредбама о оглашавању, Споразумом о стабилизацији о придруживању прихваћена је обавеза усклађивања са прописима европске уније.

Осим тога, бележи се велики број огласних порука игара на срећу, као и растући тренд потрошње на игре на срећу. То проузрокује раст броја корисника и намеће потребу за интервенцијом државе. Иако не постоји истраживање које експлицитно показује да оглашавање доводи до директног раста потрошње, последњих година растући број огласних порука је ишао упоредо са растом потрошње. Неопходно је поставити правила у циљу ограничења оглашавања овог облика тражње. Потребно је ограничити оглашавање посебних игара на срећу на отвореним површинама, на програмима пружалаца медијских услуга, на порталима и друштвеним мрежама.

Законом о дувану дефинисано је да се прописана правила односе и на сродне производе, а у циљу борбе против пушења неопходно је и правила оглашавња проширити на ове врсте производа.

**Да ли је промена заиста неопходна и у ком обиму?**

Потреба усклађивања са директивом је изискивала измене и допуне постојећег прописа. Такође, ограничење оглашавања игара не срећу захтева интервенцију у закону.

**На које циљне групе ће утицати предложена промена? Утврдити и представити циљне групе на које ће промена имати непосредан односно посредан утицај.**

Предложена решења ће утицати на:

- Грађане, нарочито малолетна лица, на начин да ће се значајним повећањем степена друштвене одговорности утицати у великој мери на заштиту учесника у играма на срећу. Грађани, пре свега малолентици ће имати посебну заштиту са имајући у виду да су правилима оглашавања обухваћене све платформе.

- Преносиоце огласних порука, пре свега платформе које су препознате као значајан преносилац огласне поруке на које се морају односити правила оглашавања. Сви значајни преносиоци огласних порука ће бити обухваћени истим правилима.

- Оглашиваче, привредне субјекте, а нарочито приређиваче игара на срећу који имају додатна ограничења у оглашавању делатности.

**Да ли постоје важећи документи јавних политика којима би се могла остварити жељена промена и о којим документима се ради?**

Не постоји важећи документ којим би се остварила промена.

**Да ли је промену могуће остварити применом важећих прописа?**

Имајући у виду да је реч о законској материји, измене предметне материје могу се вршити само изменом закона.

**Квантитативно (нумерички, статистички) представити очекиване трендове у предметној области, уколико се одустане од интервенције (status quo).**

Уколико не би дошло до предложених измена и допуна Закона о оглашавању не би дошло до испуњења обавеза из Споразума о стабилизацији и придруживању које се односе на усклађивање политике у области аудиовизуелних медијских услуга. То би значило да може доћи до постављања мерила за отварање поглавља, пре свега у оквиру преговарања у области аудиовизуелних медијских услуга.

Осим тога, на овај начин се омогућава адекватна заштита малолетника, пре свега у области изложености огласним порукама игара на срећу. Очекује се да се заустави раст броја лица која су зависна од коцкања. Не постоји прецизна статистика о овом броју, али су претпоставке да са растом број лица која се коцкају, расте и број зависника од коцке.

**Какво је искуство у остваривању оваквих промена у поређењу са искуством других држава, односно локалних самоуправа (ако је реч о јавној политици или акту локалне самоуправе)?**

Упркос чињеници да постоји много земаља у којима је коцкање легализовано, оно је и даље подложно строгим ограничењима законодавства. Оваква ограничења се посебно односе на оглашавање такве врсте забаве.

Законску регулативу можемо у европским земљама можемо поделити у три групе:

1. Оглашавање је дозвољено уз одређена ограничења;

2. Постоји делимична забрана оглашавања која садржи строжије законске услове за лица која оглашавају;

3. Потпуна забрана оглашавања активности игара на срећу.

Норвешки закон дозвољава оглашавање коцкања, али земља има стандардну забрану оглашавања намењеног малолетницима. Од 2021. године ограничава се оглашавање нелегалног коцкања на телевизији или аудиовизуелних медијских сервиса на захтев.

Шведска дозвољава оглашавање индустрије коцкања. Истовремено, постоји забрана рекламирања намењеног малолетницима.

Исланд и Финска су делимично забраниле оглашавање. На Исланду мора бити искључиво на исландском и јасно одражавати комерцијални интерес. Финско законодавство забрањује оглашавање током радио емисија, на телевизији, као и у биоскопским програмима.

У Данској је дозвољено оглашавање коцкања, али оно не сме да садржи позиве за учешће у коцкању или посету било ком месту где је могуће коцкање. Огласна порука не би требало да садржи никаква обећања побољшања друштвеног статуса и успеха.

У Летонији је потпуно забрањено оглашавање ван коцкарница. Ограничење се односи и на оглашавање на Интернету.

Естонија делимично забрањује оглашавање коцкања. Огласна порука не би требало да садржи позиве за учешће у коцкању или посету коцкарницама. Оглашавање не би требало да садржи гаранције и обећања да ће побољшати друштвени статус и финансијски положај клијената индустрије. Оглашавање коцкања у Естонији (осим тотоа, лутрије, наградних игара, клађења и игара вештине) је забрањено. Међутим, законодавац поставља изузетке од овог правила. Дакле, оглашавање је дозвољено у следећим случајевима/институцијама:

● Оглашавање је дозвољено у објектима за коцкање (укључујући и оне коцкарске објекте који се налазе у хотелима);

● Оглашавање је дозвољено на крузерима и авионима који лете на међународним летовима;

● На међународним аеродромима у Естонији;

● У лукама;

● На сајтовима оператера игара на срећу;

● Претплатом од оператера коцкања путем е-поште, поште и телефона.

Литванија, делимично забрањује оглашавање. У Литванији постоји општа забрана рекламирања коцкања, осим истицања имена, жига и правног облика коцкарске компаније. Није дозвољено навођење додатних информација уз горе наведено. Ограничења оглашавања се не примењују на лутрије, али треба напоменути да се забрана рекламирања намењеног малолетницима односи на све игре, укључујући и лутрију.

У Пољској постоји делимична забрана оглашавања. Ограничења су постављена за оглашавање кладионица, казина и коцкарница. Уведена је забрана оглашавања цилиндричних игара, карташких игара, коцкица и машина за коцкање.

Такође, оглашавање је делимично забрањено у Немачкој. Забрањено је оглашавање коцкања на ТВ-у, на интернету. Власти Савезне Републике Немачке могу да дозволе оператерима лутрија, спортских и коњских трка да се оглашавају на ТВ-у и на Интернету. Забрањено је оглашавање спортског клађења пре или током ТВ преноса спортских догађаја уживо. Унутрашњост коцкарница не сме да садржи рекламирање понуђених игара.

Чешка такође делимично забрањује оглашавање. Унутрашњост коцкарница у Чешкој не може да садржи огласне поруке понуђених игара.

У Словачкој је постављена делимична забрана. Приређивачи игара на срећу на копну могу да се оглашавају укључујући и своју локацију у кругу од 200 метара од објекта.

Холандија поштује политику делимичне забране. Законодавац је ограничио оглашавање коцкања на телевизији од 06.00 до 19.00 часова.

Белгија је једна од првих земаља која је забранила опште оглашавање коцкањa 2023. године и позвао друге јурисдикције да то следе. Важећа правила ограничавају оглашавање коцкања на свим каналима и формулари, укључујући оне на телевизији, друштвеним медијима, радију, директној пошти, е-маил и текстуалне поруке. Спортска спонзорства везана за коцкање су уобичајено у Белгији, али се спроводе мере за постепено укидање већина спонзорстава спортских стадиона до 2025. и спонзорства мајица до 2028. године.

У Ирској је оглашавање делимично забрањено. На пример, објављивање или постављање огласа за лутрију, осим резултата, подлеже дисквалификацији (забрани). У Ирској не постоји специјализовано законодавство, а коцкање је регулисано општим прописима о заштити потрошача и стандардима услуга оглашавања.

Република Кипар делимично забрањује оглашавање коцкања. Тако је забрањено оглашавање казина на радију и ТВ-у од 6:00 до 23:00, као ни током програма за децу. Забрањена је и пропаганда за клађење: креирање огласних порука о побољшању друштвеног статуса, решавање финансијских и личних питања уз помоћ коцкања. Забрањено је привлачити познате личности како би показали да су постигли успех захваљујући коцкању. Забрањено је оглашавање усмерено ка малолетницима.

У Грчкој, Македонији, Мађарској, Словенији, Црној Гори дозвољено је оглашавање коцкања. Земље имају опште забране рекламирања малолетницима.

У Бугарској је могућност промовисања производа за коцкање је значајно ограничена. Оглашавање на отвореном је стриктно ограничено на билборде, а овим огласима је забрањено да садрже бројеве и бонус промоције како би се избегло „подстицање играча”. Дозвољене рекламе за коцкање морају бити постављене на удаљености већој од 100 метара од школа и могу бити истакнуте на зградама хала за игре на срећу и казина. Ови огласи морају јасно да садрже поруке одговорног коцкања, које покривају најмање 10% огласног простора. Поред ових ограничења, огласи су сада забрањени на ТВ, радију, штампаним и онлајн платформама.

Румунија делимично забрањује оглашавање коцкања. Оператери су дужни да прикажу серијски број и број лиценце током огласне поруке. Осим тога, ограничене су спољне огласне поруке на 30 квадратних метара и забрана промоције награда; ограничавање ТВ реклама на интервал од 06:00 до 23:00 само током спортских догађаја уживо под строгим условима; и забрана јавним личностима да подржавају коцкање. Поред тога, сви огласи морају да приказују поруку „Играјте одговорно”, са одређеним ограничењима трајања током емитовања.

У Швајцарској и Француској, оглашавање коцкања је дозвољено са јединим ограничењем на оглашавање малолетницима.

Аустрија и Шпанија такође дозвољавају оглашавање. Законски је дозвољено. Међутим, у Аустрији се од лиценцираних субјеката тражи да се придржавају „одговорног приступа” у погледу својих рекламних активности. Дефиницију овог појма даје аустријско министарство финансија. А у Шпанији, заузврат, постоје мере за јачање заштите потрошача и одговорне праксе коцкања у земљи. На пример, време приказивања огласа је ограничено.

Португал је поставио делимичну забрану. Важе општа ограничења (забрана рекламирања малолетницима). Важе и приватна ограничења: комерцијалне рекламе морају да садрже поруке упозорења са експлицитним назнаком „18+”, не смеју бити усмерене на „угрожене људе”; рекламирање коцкања од 07:00 до 22:30 часова. на телевизији и радију је забрањено; од оглашивача се тражи да малолетницима ограниче приступ друштвеним медијима који оглашавају коцкање.

У Италији је оглашавање коцкања делимично забрањено. Забрањени су сви производи и услуге коцкања који се рекламирају на телевизији, интернету, радију. Националне лутрије су једини изузеци. Забрана укључује пласман производа; дистрибуција брендираних гаџета у вези са производима за коцкање; организација догађаја са наградама које садрже производе бренда; објављивање реклама; директно и индиректно оглашавање путем друштвених медија. Изузеци од забране укључују ознаке коцкарских објеката и назив домена веб странице; информације од легалних оператера које указују на то где се нуде услуге коцкања; Б2Б комуникације; ЦСР (корпоративна друштвена одговорност) и каузални маркетинг без приказивања имена, жигова или логотипа; промоција жигова који се пружају уз услуге коцкања, али се не односе на њих; телесшоп производа за коцкање, који је под надзором регулатора и не емитује се на каналима јавне телевизије.

Кључна промена која се предлаже је ограничење оглашавања игара на срећу. На нивоу европске уније не постоји акт који на јединствен начин регулише ову област, осим посебног акцента на заштиту деце и малолетника. Међутим тренд је ка рестриктивнијим правилима у области оглашавања овог облика тражње.

Убрзани развој делатности игара на срећу, конкурентска борба приређивача и њихова настојања да атрактивним понудама потакну што већи број грађана на учешће у играма на срећу, значајно је повећала удело оглашавања игара на срећу у медијима. Евалуација постојећег законодавног оквира којим је забрањено оглашавање у радијским и телевизијским емисијама те штампаним материјалима за децу, указала је на недовољно квалитетно регулисање оглашавања игара на срећу којим се највише стимулише учешће играча у игри и последично повећава инцидентност зависности од игара на срећу. Предлогом закона постојећа забрана проширује се забраном оглашавања у штампаним медијима, док се оглашавање путем интернета те у аудиовизуелним и радијским програмима забрањује у времену од 6:00 до 23:00 часа, уз изузетак 15 минута пре, за време и 15 минута након спортског догађаја који се емитује уживо. Изузетак од забране примењивао би се за лутријске игре, које су класификоване као мање ризичне игре на срећу. Такође, како би се смањило потицање играча на учешће у играма на срећу забрањује се оглашавање бонуса, осим на интернет страницама лиценцираних приређивача игара на срећу.

**2. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА УТВРЂИВАЊЕ ЦИЉЕВА**

**Због чега је неопходно постићи жељену промену на нивоу друштва?**

Потреба да се одговори захтевима праксе који су се појавили током примене важећег закона, имплементација побољшаних стандарда заштите грађана, као и даља хармонизација са новом регулативом Европске уније, условили су и потребу за доношењем осавремењеног прописа који би боље одговорио захтевима времена.

Оглашавање, као системско питање, од великог је значаја за свест грађана и економски интерес свих лица у „ланцу оглашавања”, због захтева правне сигурности и јасноће привредног окружења, нормативно мора бити покривено у виду закона.

Законски оквир за комерцијално оглашавање је први пут постављен 2005. године.

Важећи закон којим се уређује материја оглашавања усвојен је 2016. године.

Основни циљ који се жели постићи доношењем овог закона јесте боље уређење тржишта оглашавања у односу на садашње стање, усклађивање постојеће регулативе са технолошким развојем и константним порастом тржишта оглашавања, као и хармонизација са европским прописима у овој области.

Подизање степена друштвене одговорности, подизање квалитета деловања условиће значајну промену на нивоу друштва, која ће убрзо постати видљива. Осим тога, отклониће се правне празнине, недоречености и нелогичности законских норми, чија је примена довела до недоумица у пракси или су се исте показале недовољно ефикасним, као и законска решења која не прате захтев привреде и раст технологије на тржишту игара на срећу.

**Шта се предметном променом жели постићи? (одговором на ово питање дефинишу се посебни циљеви, чије постизање треба да доводе до остварења општег циља. У односу на посебне циљеве, формулишу се мере за њихово постизање)**

Доношењем закона у области оглашавања постиже се следеће:

- у постојећу регулативу укључују се и платформе за размену видео садржај;

- ограничење оглашавања игара на срећу;

- усклађивање оглашавања дувана са прописом у овој области.

**Да ли су општи и посебни циљеви усклађени са важећим документима јавних политика и постојећим правним оквиром, а пре свега са приоритетним циљевима Владе?**

Циљеви у усклађени са докуметима јавних политика, пре свега са Националним програмом за усвајање правних тековина Европске уније.

**На основу којих показатеља учинка ће бити могуће утврдити да ли је дошло до остваривања општих односно посебних циљева?**

Имајући у виду да је један од захтева испуњење обавеза дефинисаних у НПАА, један од показатеља учинка биће испуњење обавеза што се може пратити кроз извештај о напретку.

Осим тога, циљ је и да се утиче на смањење броја становника који су укључени у игре на срећу, и очекује се да овај број стагнира или да расте смањеним темпом. У нашој земљи не постоје истраживања која би адекватно могла да прате ове показатеље, па ће се као извори користити јавно доступна истраживања, пре свега Статиста.

**3. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА ИДЕНТИФИКОВАЊЕ ОПЦИЈА ЈАВНИХ ПОЛИТИКА**

**Које релевантне опције (алтернативне мере, односно групе мера) за остварење циља су узете у разматрање? Да ли је разматрана „status quo” опција?**

Пре почетка израде Нацрта закона о изменама и допунама Закона о оглашавању, разматране су опције status quo, као и доношење новог закона.

У току анализе разматрано је неколико релевантних могућности:

1) status quo – немењање важећег Закона о оглашавању уз унапређење примене;

2) доношење новог закона који у потпуности преузео одредбе Директива. Поред тога савремени начини комуникације којима се преносе огласне поруке захтевају прописивање посебних правила.

Обзиром на обим измена које треба извршити није било потребе за доношењем новог прописа, већ се жељени циљ може постићи изменама и допунама постојећег закона.

Status quo опција подразумева одсуство било какве интервенције у обалсти уређења оглашавања. Међутим, то значи и да не би била испуњена обавеза дефинисана Споразумом о стабилизацији и придруживању, односно усклађивање са релевантним одредбама Директиве.

У погледу најбољег начина за решавање уочених проблема, дошло се до закључка да је измена и допуна постојећег закона најбољи начин за решавање проблема.

Измене су биле неопходне с обзиром да постојећу регулативу чини правни оквир, који нема садржана законска решења, чијом би се ефикаснијом применом постигли постављени циљеви, те би у случају недоношења представљених измена и допуна постојећег прописа, тржиште оглашавања, нарочито игара на срећу остало недовољно уређено, а тиме и негативно утицало на друштво у целини.

**Да ли су, поред регулаторних мера, идентификоване и друге опције за постизање жељене промене и анализирани њихови потенцијални ефекти?**

Имајући у виду да предложене измене захтевају законодавну интервенцију нису разаматране друге опције.

**Да ли су у оквиру разматраних опција идентификоване институционално управљачко организационе мере које је неопходно спровести да би се постигли посебни циљеви?**

За спровођење предложених мера нису потребне институционално, управљачко организационе мере.

**Да ли се промена може постићи кроз спровођење информативно-едукативних мера?**

Предложена промена се не може постићи кроз спровођење информативно-едукативних мера.

**Да ли циљне групе и друге заинтересоване стране из цивилног и приватног сектора могу да буду укључене у процес спровођења јавне политике, односно прописа или се проблем може решити искључиво интервенцијом јавног сектора?**

**Да ли постоје расположиви, односно потенцијални ресурси за спровођење идентификованих опција?**

За спровођење изабране опције нису потребна додатна средства.

**4. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА АНАЛИЗУ ФИНАНСИЈСКИХ ЕФЕКАТА**

**Какве ће ефекте изабранa опцијa имати на јавне приходе и расходе у средњем и дугом року?**

Предложена опција неће утицати на приходе и расходе у средњем и дугом року.

**Да ли је финансијске ресурсе за спровођење изабране опције потребно обезбедити у буџету, или из других извора финансирања и којих?**

За спровођење овог закона није потребно обезбедити средства у буџету Републике Србије.

**Како ће спровођење изабране опције утицати на међународне финансијске обавезе?**

Спровођење изабраних опција неће утицати на међународне финансијске обавезе.

**Да ли је могуће финансирати расходе изабране опције кроз редистрибуцију постојећих средстава?**

За спровођење изабране опције неће бити потребе за додатним средствима, самим тим ни за редситрибуцијом постојећих средстава.

**Какви ће бити ефекти спровођења изабране опције на расходе других институција?**

Не очекује се да предложена законска решења утичу на расходе других институција.

**5. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА АНАЛИЗУ ЕКОНОМСКИХ ЕФЕКАТА**

**Које трошкове и користи (материјалне и нематеријалне) ће изабрана опција проузроковати привреди, појединој грани, односно одређеној категорији привредних субјеката?**

За привредне субјекте не очекују се посебни трошкови које ће произвести овај закон.

**Да ли изабрана опција утичу на услове конкуренције и на који начин?**

Предлог закона може довести до појаве нових учесника на тржишту, а подстиче рад оглашивача и маркетинг-агенција, под фер и поштеним условима. Што се здраве конкуренције тиче, при оглашавању (а посебно одредбама о упоређујућем или оцењујућем), управо је циљ њено развијање.

**Да ли изабрана опција утиче на трансфер технологије и/или примену техничко-технолошких, организационих и пословних иновација и на који начин?**

Предвиђена решења неће имати значајан утицај на трансфер технологије и/или примену техничко-технолошких, организационих и пословних иновација.

**6. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА АНАЛИЗУ ЕФЕКАТА НА ДРУШТВО**

**Колике трошкове и користи (материјалне и нематеријалне) ће изабрана опција проузроковати грађанима?**

Изабрана опција неће проузроковати трошкове грађанима.

**Да ли ће ефекти реализације изабране опције штетно утицати на неку специфичну групу популације и да ли ће то негативно утицати на успешно спровођење те опције, као и које мере треба предузети да би се ови ризици свели на минимум?**

Решења предвиђена законом неће штетно утицати на неку специфичну групу популације.

**На које друштвене групе, а посебно на које осетљиве друштвене групе, би утицале мере изабранe опцијe и како би се тај утицај огледао (пре свега на сиромашне и социјално искључене појединце и групе, као што су особе са инвалидитетом, деца, млади, жене, старији преко 65 година, припадници ромске националне мањине, необразовани, незапослени, избегла и интерно расељена лица и становништво руралних средина и друге осетљиве друштвене групе)?**

Решења из закона неће утицати на осетљиве друштвене групе. Одредбама Предлога закона утиче се на значајно повећање степена друштвене одговорности оглашивача, пре свега приређивача игара на срећу, односно на заштиту становништва, а нарочито на малолетнике, увођењем нових законских решења и ограничења.

**Да ли би и на који начин изабранa опцијa утицалa на тржиште рада и запошљавање, као и на услове за рад (нпр. промене у стопама запослености, отпуштање технолошких вишкова, укинута или новоформирана радна места, постојећа права и обавезе радника, потребе за преквалификацијама или додатним обукама које намеће тржиште рада, родну равноправност, рањиве групе и облике њиховог запошљавања и слично)?**

Имајући у виду решења из закона и њихове ефекте на бољу информисаност привредних субјеката о отпочињању и обављању делатности, сматрамо да не утичу негативно на пословну активност привредних субјеката.

**Да ли изабране опције омогућавају равноправан третман, или доводе до директне или индиректне дискриминације различитих категорија лица (нпр. На основу националне припадности, етничког порекла, језика, пола, родног идентитета, инвалидитета, старосне доби, сексуалне оријентације, брачног статуса или других личних својстава)?**

Спровођење мера позитивно утиче на равноправност свих грађана, уз посебан акценат на заштиту деце и малолетника.

**Да ли би изабрана опција могла да утиче на цене роба и услуга и животни стандард становништва, на који начин и у којем обиму?**

Не очекује се да изабрана опција утиче на цене роба и услуга и животног стандарда.

**Да ли би се реализацијом изабране опције позитивно утицало на промену социјалне ситуације у неком одређеном региону или округу и на који начин?**

Решења из закона неће имати утицај на социјалну ситуацију.

**Да ли би се реализацијом изабране опције утицало на промене у финансирању, квалитету или доступности система социјалне заштите, здравственог система или система образовања, посебно у смислу једнаког приступа услугама и правима за осетљиве групе и на који начин?**

Доступност и квалитет ових јавних услуга не зависе директно од решења из закона.

**7. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА АНАЛИЗУ ЕФЕКАТА НА ЖИВОТНУ СРЕДИНУ**

**Да ли изабрана опција утиче и у којем обиму утиче на животну средину, укључујући ефекте на квалитет воде, ваздуха и земљишта, квалитет хране, урбану екологију и управљање отпадом, сировине, енергетску ефикасност и обновљиве изворе енергије?**

Изабрана опција не проузрокује директан утицај на животну средину.

**Да ли изабрана опција утиче на квалитет и структуру екосистема, укључујући и интегритет и биодиверзитет екосистема, као и флору и фауну?**

Изабрана опција не проузрокује никакав утицај на квалитет и структуру екосистема, укључујући и интегритет и биодиверзитет екосистема, као и флору и фауну.

**Да ли изабрана опција утиче на здравље људи?**

Изабрана опција неће произвести никакав утицај на здравље људи.

**Да ли изабрана опција представља ризик по животну средину и здравље људи и да ли се допунским мерама може утицати на смањење тих ризика?**

Изабрана опција не представља ризик по животну средину и здравље људи.

**Да ли изабрана опција утиче на заштиту и коришћење земљишта у складу са прописима који уређују предметну област?**

Изабрана опција не утиче на заштиту и коришћење земљишта у складу са прописима.

**8. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА АНАЛИЗУ УПРАВЉАЧКИХ ЕФЕКАТА**

**Да ли се изабраном опцијом уводе организационе, управљачке или институционалне промене и које су то промене?**

Изабраном опцијом се не уводе организационе, управљачке ни институционалне промене.

**Да ли постојећа јавна управа има капацитет за спровођење изабране опције (укључујући и квалитет и квантитет расположивих капацитета) и да ли је потребно предузети одређене мере за побољшање тих капацитета?**

Постојећа управа има капацитет за спровођење предложених решења. Неопходно је интерно усвојена решења образложити запосленима који ће радити на његовом спровођењу.

**Да ли је за реализацију изабране опције било потребно извршити реструктурирање постојећег државног органа, односно другог субјекта јавног сектора (нпр. проширење, укидање, промене функција/хијерархије, унапређење техничких и људских капацитета и сл.) и у којем временском периоду је то потребно спровести?**

Имајући у виду да је реч о прецизирању постојеће законодавства и да се одређена политика већ спроводи у овој области неће бити потребно извршити реструктуирање постојећег органа.

**Да ли је изабрана опција у сагласности са важећим прописима, међународним споразумима и усвојеним документима јавних политика?**

Предложена решења нису у супротности са важећим прописима и међународним споразумима.

**Да ли изабрана опција утиче на владавину права и безбедност?**

Изабрана опције не утиче непосредно на владавину права и безбедност.

**Да ли изабрана опција утиче на одговорност и транспарентност рада јавне управе и на који начин?**

Прецизиирање одредаба закона и дефинисање једнаких правила за све врсте пружалаца медијских услуга утиче на транспарентност рада јавне управе.

**Које додатне мере треба спровести и колико времена ће бити потребно да се спроведе изабрана опција и обезбеди њено касније доследно спровођење, односно њена одрживост?**

Након доношења овог закона неопходно је донети подзаконски акт којим се ближе уређује начин оглашавања који се може сматрати претежно намењеним оглашавању игара на срећу, или претежно намењеним самопромоцији приређивача игара на срећу; критеријуме када се лице може сматрати лицем које има могућност да значајно утичу на куповне одлуке других због свог статуса и положаја у јавности, осим професионалних спортиста; текст, димензије и начин истицања обавештења о забрани учествовања малолетних лица у играма на срећу и упозорења о превенцији болести зависности; врсте оглашавања које се сматрају недопуштеним; и садржину интерних правила друштвено одговорног оглашавања.

**9. КЉУЧНА ПИТАЊА ЗА АНАЛИЗУ РИЗИКА**

**Да ли је за спровођење изабране опције обезбеђена подршка свих кључних заинтересованих страна и циљних група? Да ли је спровођење изабране опције приоритет за доносиоце одлука у наредном периоду (Народну скупштину, Владу, државне органе и слично)?**

Приликом израде прописа формирана је Радна група која је поред представника министарства и других надлежних институција, преко Привредне коморе Србије укључила представнике свих релевантних учесника. Све заинтересоване стране су имале прилику да се изјасне током саме израде прописа. Осим тога, у периоду од 22. јула до 20. августа спроведене су консултације. Јавна расправа је спроведена у периоду од 30. септембра од 20. октобра 2024. године. У оквиру јавне расправе одржан је округли сто 8. октобра 2024. године на коме је учешће узело преко 90 учесника.

Имајући у виду да је одредбама овог закона преузет део одредби из ревидиране Директиве 2018/1808 и да су дефинисани рокови за доношење овог закона за II квартал 2025. године, доношење овог закона јесте приоритет.

**Да ли су обезбеђена финансијска средства за спровођење изабране опције? Да ли је за спровођење изабране опције обезбеђено довољно времена за спровођење поступка јавне набавке уколико је она потребна?**