

Kopija:

Lietuvos Respublikos kultūros ministerijai

DĖL VISUOMENĖS INFORMAVIMO ĮSTATYMO PROJEKTO NR. XIIIIP-5373

Lietuvos verslo konfederacija (toliau – LVK), didžiausia paslaugų, prekybos ir aukštųjų technologijų įmones vienijanti verslo organizacija Lietuvoje, teikia pastabas ir pasiūlymus šiuo metu Lietuvos Respublikos Seimo Kultūros komitete svarstomam *Visuomenės informavimo įstatymo Nr. I-1418 2, 19, 20, 22, 24, 25, 31, 33, 34, 34(1), 37, 38, 39, 40, 40(1), 40(2), 40(3), 40(4), 43, 45, 47, 48, 51, 52 straipsnių pakeitimo, Įstatymo papildymo 32(1) ir 40(2) straipsniais, 34(2) straipsnio pripažinimo netekusiu galios ir Įstatymo trečiojo skirsnio pavadinimo pakeitimo įstatymo projektui* Nr. XIIIIP-5373 (toliau – Įstatymo projektas). Šiais pasiūlymais siekiame tikslaus Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos (toliau – AVMSD) nuostatų perkėlimo, kuris itin svarbus Lietuvos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų sektoriui.

I. Dėl Europos kūrinių dalies užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų kataloguose

Įstatymo projekto 13 straipsniu keičiamo 37 straipsnio 6 dalyje siūloma įtvirtinti reikalavimą, kad ne mažiau kaip pusė programų užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų kataloge būtų Europos kūriniai. Tuo tarpu AVMSD 13 straipsnio 1 dalis numato **ženkliai mažesnę – bent 30 proc., reikalavimą:**

„1. Valstybės narės užtikrina, kad jų jurisdikcijai priklausantys užsakomąsias audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas teikiantys žiniasklaidos paslaugų teikėjai garantuotų, kad bent 30 proc. jų katalogų kūrinių sudarytų Europos kūriniai, ir užtikrintų tų kūrinių pastebimumą.“

LVK žiniomis, daugiau nei pusės katalogo reikalavimą būtų itin sudėtinga įgyvendinti Lietuvoje veikiantiems užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjams. Be to, įtvirtinus griežtesnį reikalavimą, nei numato AVMSD, tai gali būti traktuojama kaip papildomas barjeras laisvam paslaugų judėjimui Europos Sąjungoje ir dėl to Lietuva turėtų teikti pranešimą Europos Komisijai ir gauti jos sutikimą tokiam apribojimui. Kadangi Lietuva jau vėluoja su AVMSD perkėlimu į nacionalinę teisę, šis papildomas informavimo procesas tik dar labiau pavėlėtų perkėlimą ir padidintų tikimybę, jog Lietuvai būtų taikomos ekonominės sankcijos už šį vėlavimą. Atsižvelgiant į tai, siūlome AVMSD 13 straipsnio 1 dalį perkelti neplečiant AVMSD reikalavimo t. y. reikalauti, jog Europos kūriniai užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų kataloge sudarytų ne mažiau kaip 30 procentų programų.

Atitinkamai, siūlome Įstatymo projekto 13 straipsniu keičiamo 37 straipsnio 6 dalį formuluoti, taip:

„6. Užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikėjai užtikrina, kad ne mažiau kaip **pusė 30 procentų** programų užsakomųjų audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų kataloge būtų Europos kūriniai. Šios dalies reikalavimai netaikomi tiems audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų

teikėjams, kurių bendra metinė apyvarta, įskaitant jo partnerių ir susijusių įmonių apyvartą, yra maža (sudaro mažiau kaip 1 proc. bendrų pajamų, gaunamų Lietuvos audiovizualinių paslaugų rinkoje) arba kurių auditorija yra nedidelė (linijinės audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos atveju auditorijos dalis Lietuvoje nesiekia 2 proc., užsakomosios audiovizualinės žiniasklaidos paslaugos atveju auditorijos dalis Lietuvoje nesiekia 1 proc.).“

II. Dėl reklamos laiko ribojimų išimčių

AVMSD 23 straipsnio 2 dalies a punktas numato, kad apribojimai dėl televizijos reklamai ir teleparduotuvių intarpams skirto laiko netaikomi „*transliuotojo skelbimams, susijusiems su jo programomis ir papildomais produktais, tiesiogiai susijusiais su tomis programomis, arba transliuotojo skelbimams, susijusiems su kitų tai pačiai transliuotojų grupei priklausančių subjektų programomis ir audiovizualinės žiniasklaidos paslaugomis*“.

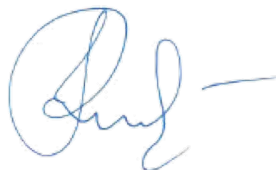
Atkreipiame dėmesį, jog Įstatymo projekto 15 straipsniu keičiamo 39 straipsnio 5 dalies 4 punkto formuluotėje trūksta nuorodos į audiovizualinės žiniasklaidos paslaugas. Tam, kad būtų užtikrintas tikslus AVMSD nuostatų perkėlimas, siūlome šią nuostatą papildyti taip:

*„4) televizijos reklamos, teleparduotuvės intarpams skirtas suminis laikas turi sudaryti ne daugiau kaip 20 procentų laiko per laikotarpį nuo 6 iki 18 valandos ir ne daugiau kaip 20 procentų laiko per laikotarpį nuo 18 iki 24 valandos. Šis punktas netaikomas paties televizijos programų transliuotojo arba kitų tai pačiai transliuotojų grupei priklausančių subjektų transliuojamų programų ir su jomis tiesiogiai susijusių pagalbinių produktų, **audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų** anonsams, rėmimo pranešimams, prekių rodymui ir neutraliems kadrams, kurie naudojami tarp redakcinio turinio ir televizijos reklamos ar teleparduotuvės intarpų bei tarp atskirų intarpų;“*

Dėkojame už bendradarbiavimą ir tikimės, kad svarstant Įstatymo projektą bus atsižvelgta į šias LVK pastabas.

Pagarbiai

Generalinė direktorė



Ineta Rizgelė

Originalas nebus siunčiamas

Ineta Rizgelė, el.p.: ineta@lvk.lt, tel. 8 5 212 1111