



REPUBLIKA E SHQIPËRISË

KUVENDI

PROJEKTLIGJ

Nr. _____ / 2022

PËR

DISA SHTESA DHE NDRYSHIME NË LIGJIN NR. 97/2013

“PËR MEDIAT AUDIOVIZIVE NË REPUBLIKËN SHQIPËRISË”, TË NDRYSHUAR¹

Në mbështetje të neneve 78, 81 pika 1 dhe neni 83 pika 1, të Kushtetutës, me propozimin e Këshillit të Ministrave, Kuvendi i Republikës së Shqipërisë

V E N D O S I:

Në ligjin nr. 97/2013, “Për Mediat Audiovizive në Republikën Shqipërisë”, të ndryshuar, bëhen këto shtesa dhe ndryshime:

Neni 1

Në nenin 3, bëhen këto shtesa dhe ndryshime:

¹ Këto ndryshime përfshijn pjesërisht Direktivën 2018/1808 BE të Parlamentit Evropian dhe Këshillit, datë 14 nëntor 2018 që ndryshon direktivën 2010/13/BE të Parlamentit Evropian dhe Këshillit, datë 10 mars 2010 “Për koordinimin e disa dispozitave të parashikuara me ligj, rregullore apo akte administrative në shtetet anëtare, lidhur me ofrimin e shërbimit të transmetimeve me zë dhe figurë” (Direktiva për Shërbimin Mediatik me Zë dhe Figurë), Nr. CELEX 32018L1808, Fletore Zyrtare e BE-së, Seria L 303/69, datë 28 nëntor 2018, dhe Direktivën 2018/1972 BE të Parlamentit Evropian dhe Këshillit, datë 11 dhjetor 2018 “Kodi i Komunikimeve Elektronike”, Nr. CELEX 32018L1972, Fletore Zyrtare e BE-së, Seria L 321/36, datë 17.12.2018.

Pas pikës 6, shtohet pika 6/1 me këtë përmbajtje:

6/1. “Edukim mediatik”, në kuptim të këtij ligji i referohet aftësive, njohurisë dhe të kuptuarit që u lejon individëve të përdorin në mënyrë të sigurt dhe efektive, përmbajtjet e shërbimeve mediatike audiovizive.

Pika 8, riformulohet si më poshtë:

8. “Komunikimi tregtar audioviziv” është mesazhi me zë ose imazhi me ose pa zë që është krijuar për të promovuar, drejtpërdrejt ose jo, mallrat, shërbimet ose imazhin e subjekteve që kryejnë një aktivitet ekonomik. Ai shoqërohet ose përfshihet në një program ose video të krijuar nga përdoruesi kundrejt pagesës ose shpërblimit të ngjashëm përkatës, apo për qëllime vetëpromovuese. Format e komunikimeve audiovizive me natyrë tregtare janë:

- a) reklamat në shërbimet audiovizive;
- b) sponsorizimet;
- c) shitjet e drejtpërdrejta;
- ç) dritaret e teleshitjeve;
- d) vendosja e produkteve në programe

Pika 26, e nenit 3 riformulohet si më poshtë:

26. “Program” është një seri imazhesh lëvizëse, të shoqëruar me ose pa zë, që përbëjnë një element individual, pavarësisht nga kohëzgjatja, brenda një liste ose katalogu të krijuar nga një ofrues i shërbimit mediatik, përfshirë filmat me metrazh të gjatë, videoklipet, ngjarjet sportive, komeditë, dokumentarët, programet për fëmijë dhe dramet origjinale.

Pas pikës 26 shtohet pika 26/1, me këtë përmbajtje:

26/1. “Vendim editorial” është vendimi që merret rregullisht për të ushtruar përgjegjësinë editoriale dhe që lidhet me funksionimin e përditshëm të shërbimit mediatik audioviziv.

Pika 37 e nenit 3 riformulohet si më poshtë:

37. “Sponsorizim” është çdo kontribut i bërë nga një person juridik publik ose privat ose nga një person fizik, i cili nuk është i përfshirë në ofrimin e shërbimeve audiovizive ose në prodhimin e veprave audiovizive, ose në shërbimin e platformës së shpërndarjes së videove, për të financuar shërbimet ose programet e medias audiovizive, shërbimet e platformës së shpërndarjes së videove, videot e krijuara nga përdoruesi ose programet me qëllim për të promovuar emrin, markën, imazhin, veprimtaritë ose prodhimet e atij personi juridik ose fizik.

Pika 43, e nenit 3 ndryshon si më poshtë:

43. “Shërbimi mediatik audioviziv” është një shërbim, qëllimi kryesor i të cilit ose një seksion i shkëputur i tij i kushtohet ofrimin të programeve, nën përgjegjësinë editoriale të një ofruesi të shërbimit mediatik, për publikun e gjerë, për të informuar, argëtuar ose edukuar, nëpërmjet

rrjeteve të komunikimeve elektronike. Një shërbim i tillë mediatik audioviziv është një transmetim televiziv ose një shërbim mediatik audioviziv, sipas kërkesës dhe/ose një komunikim tregtar audioviziv, sipas përcaktimeve të këtij ligji.

Pas pikës 43 shtohen pikat si më poshtë:

43/1. “shërbimi i platformës së shpërndarjes së videove” nënkupton një shërbim qëllimi kryesor i të cilit ose i një pjese të shkëputur të tij, apo një funksion thelbësor i shërbimit, i kushtohet ofrimit për publikun e gjerë, të programeve, videove të krijuara nga përdoruesi ose të dyjave së bashku, për të cilat ofruesi i platformës së shpërndarjes së videove nuk ka përgjegjësi editoriale, me qëllim informimin, argëtimin ose edukimin nëpërmjet një rrjeti të komunikimeve elektronike, dhe organizimi i të cilës përcaktohet nga vetë ofruesi i platformës së shpërndarjes së videove, duke përfshirë mjetet automatike ose algoritmet në veçanti për shfaqjen, etiketimin dhe renditjen”.

43/2. “video e krijuar nga përdoruesi” është një grup imazhesh lëvizëse me ose pa zë, pavarësisht nga gjatësia e tij, që krijohet nga një përdorues dhe ngarkohet në një platformë për shpërndarjen se videove nga ai përdorues ose çdo përdorues tjetër.

43/3. “ofruesi i platformës të shpërndarjes së videove”, është personi fizik ose juridik i cili ofron shërbimin e platformës së shpërndarjes së videove.

Pika 51, e nenit 3 ndryshon si më poshtë:

51. “Vendosje e produktit” është çdo formë e komunikimeve me natyrë tregtare audio dhe/ose audiovizive, që përfshijnë ose i drejtohen një malli, shërbimi ose marke tregtare, që shfaqet ose përmendet në një transmetim, program ose video të krijuar nga përdoruesi, përkundrejt pagesës ose përfitimeve të tjera të ngjashme.

Neni 2

Në nenin 19, në pikën 1, shkronja “j” togfjalëshi “...Zyra e të Drejtës së Autorit...”, zëvendësohet me togfjalëshin “...Drejtoria e të Drejtave të Autorit...”.

Në pikën 2, shkronja “d”, riformulohet si më poshtë vijon:

d. Bashkëpunon me organet homologe të shteteve të tjera dhe me grupin e rregullatorë evropian për shërbimet mediatike audiovizive (ERGA).

Në pikën 2, pas shkronjës “e” shtohet shkronja “ë”, me këtë përmbajtje:

ë. Promovon dhe nxit ndërgjegjësimin publik, kërkimin dhe veprimtaritë lidhur me edukimin mediatik përfshirë ndërgjegjësimin publik për “ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove”.

Neni 3

Në nenin 30 bëhen këto ndryshime:

Pika 2 e nenit 30 riformulohet si më poshtë vijon:

2. Nëse selia qendrore e një ofruesi të shërbimit mediatik ndodhet në territorin e Republikës së Shqipërisë, por vendimmarrja editoriale për shërbimet audio dhe/ose audiovizive realizohet në një vend të Bashkimit Europian, prezumohet se ofruesi i shërbimit mediatik është në juridiksionin e Republikës së Shqipërisë, me kusht që pjesa më e madhe e personelit që angazhohet në prodhimin e programeve të ofruesit të shërbimit mediatik, vepron në Shqipëri.

Pika 3 e nenit 30 riformulohet si më poshtë vijon:

3. Kur një pjesë e konsiderueshme e personelit që angazhohet në prodhimin e programeve të ofruesit të shërbimit mediatik vepron në Republikën e Shqipërisë dhe në një vend të BE-së, ofruesi i shërbimit mediatik prezumohet se është i vendosur në Republikën e Shqipërisë, nëse selia e tij qendrore është në Republikën e Shqipërisë.

Pas pikës 7 të nenit 30, shtohen pikat 8, 9 me përmbajtjen si më poshtë vijon:

8. Ofruesi i shërbimit mediatik audio dhe/ose audioviziv AMA-n për çdo ndryshim që ndikon në përcaktimin e juridiksionit sipas parashikimeve të kësaj dispozite.
9. AMA publikon dhe përditëson listën e ofruesve të shërbimit mediatik audio dhe/ose audioviziv si, nën juridiksionin e Republikës së Shqipërisë.

Neni 4

Pas nenit 30, shtohet neni 30/1 “*Ofruesit e shërbimit të platformës të shpërndarjes së videove në juridiksionin e Republikës së Shqipërisë*”, me këtë përmbajtje:

1. Ofruesi i shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove është në juridiksionin e Republikës së Shqipërisë kur zyra apo struktura drejtuese e tij është në territorin e Republikës së Shqipërisë.
2. Ofruesi i shërbimit të platformës së shpërndarjes video, i cili nuk është themeluar në Republikën e Shqipërisë, sipas përcaktimeve të pikës 1, konsiderohet të jetë nën juridiksionin e Republikës së Shqipërisë nëse ofruesi hyn në parashikimet e ligjit “Për tregtarët dhe shoqëritë tregtare” në Republikën e Shqipërisë, sa i përket marrëdhënies “Mëma dhe shoqëritë e kontrolluara”.
3. Ofruesi i shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove, në juridiksionin e Republikës së Shqipërisë, duhet të regjistrohet në AMA. AMA me rregullore detajon kërkesat lidhur me plotësimin e këtij kriteri.
4. Ofruesi i shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove, informojnë AMA-n për çdo ndryshim që ndikon në përcaktimin e juridiksionit sipas parashikimeve të kësaj dispozite.
5. AMA publikon dhe përditëson listën e ofruesve të platformave të shpërndarjes së videove, nën juridiksionin e Republikës së Shqipërisë.

Neni 5

Pas nenit 30, shtohet neni 30/2 “Vetë dhe bashkë-rregullim” me këtë përmbajtje:

Neni 30/2

1. AMA inkurajon dhe/ose nxit OSHMA-të në përgatitjen e Kodeve të Sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikrat që duhet të respektohen nga ofruesit e shërbimeve mediatike që ofrojnë shërbime mediatike audio dhe audiovizive.

Kodet e sjelljes duhet:

- (a) të jenë të konceptuar në mënyrë që të pranohen gjerësisht nga palët e interesit;
 - (b) të përcaktojnë në mënyrë të qartë dhe të padyshimtë objektivat e tyre;
 - (c) të parashikojnë një monitorim dhe vlerësim të rregullt, transparent e të pavarur të arritjes së objektivave të synuara; si dhe
 - (d) të sigurojnë një zbatim efektiv, përfshirë sanksione të efektshme dhe proporcionale.
2. Ofruesit e shërbimeve audiovizive hartojnë dhe zbatojnë kode sjelljeje, si marrëveshje të lira mes tyre, për të zbatuar kërkesa etike dhe profesionale në ushtrimin e detyrës, në favor të rritjes së cilësisë dhe shumëllojshmërisë së programeve audiovizive. Kodet e sjelljes publikohen dhe në faqet elektronike të ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizive.”

3. AMA, inkurajon dhe/ose nxit ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove në përgatitjen e Kodeve të Sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikrat që duhet të respektohen nga këto platforma. Kodet e sjellës duhet të përmbushin kërkesat e pikës 1 të këtij neni.

Neni 6

Emërtimi i nenit 32, riformulohet si më poshtë:

“Rregulla të përgjithshme për ofruesit e shërbimeve mediatike audio dhe/ose audiovizive dhe për ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove”

Në nenin 32 bëhen këto ndryshime dhe shtesa:

“ 1. Në pikën 1, shkronjat “c” dhe “ç”, ndryshojnë si më poshtë:

- c. të dhënat e ofruesit të shërbimit mediatik, përfshirë adresën elektronike ose faqen elektronike, që mundësojnë të kontaktohet në mënyrë të shpejtë dhe të drejtpërdrejtë;
- ç) autoritetin që mbikëqyr veprimtarinë e tij në zbatim të këtij ligji.

2. Pas pikës 1 të nenit 32, shtohet pika 1/1 me këtë përmbajtje:

“1/1. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive bëjnë publik informacionin në lidhje me strukturën e tyre të pronësisë, duke përfshirë edhe pronarët përfitues, sipas përcaktimeve të legjislacionit në fuqi” .

3. Pika 4 e nenit 32, riformulohet me këtë përmbajtje:

4. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive si dhe ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove, nuk transmetojnë programe me përmbajtje që:

- a) nxisin dhunë ose urrejtje kundrejt një grupi personash ose një anëtar të një grupi mbi baza të tilla si: gjinia, raca, ngjyra, origjina etnike ose shoqërore, tiparet gjenetike, gjuha, feja, besimi, opinionimi politik, kombësia, anëtarësimi i një pakice kombëtare, prona, lindja, paaftësia, mosha ose orientimi seksual.
- b) nxisin kryerjen e veprave terroriste.
- c) AMA me rregullore detajon kërkesat për ofruesit të platformave të shpërndarjes së videove.

Neni 7

Pas nenit 32, shtohet neni 32/1, me këtë përmbajtje:

“Neni 32/1”

1. Programet audio dhe audiovizive të ofruara nga ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive, që mund të dëmtojnë zhvillimin fizik, mendor ose moral të fëmijëve do të transmetohen vetëm në atë mënyrë që siguron se fëmijët normalisht nuk do t'i dëgjojnë ose shohin ato, përmes zgjedhjes së kohës së transmetimit, aplikimit të mjeteve të verifikimit të moshës ose përmes masave të tjera teknike. OSHMA-te duhet të marrin masa mbrojtëse në proporcion me efektet që këto programe kanë në zhvillimin moral, mendor e fizik të fëmijëve Programet audio dhe audiovizive më të dëmshme, me përmbajtje si dhuna dhe pornografia, do t'i nënshtrohen masave më rrepta.
2. Të dhënat personale të fëmijëve të mbledhura apo të gjeneruara nga ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive, nuk do të përpunohen për qëllime tregtare, të tilla si marketingu i drejtpërdrejtë, profilizimi dhe reklamimi mbi bazë sjellje apo për çdo lloj arsye tjetër.
3. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive do të japin informacion të mjaftueshëm mbi përmbajtjen që mund të dëmtojë zhvillimin fizik, mendor ose moral të fëmijëve. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive duhet të përdorin një sistem përshkruar të natyrës potencialisht të dëmshme të përmbajtjes së një shërbimi të medias audiovizive.”
4. Pa çenuar parashikimet e neneve 15-20, të ligjit “Për tregtinë elektronike”, ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove, marrin masa dhe sigurojnë mbrojtjen e fëmijëve sipas parashikimeve të këtij neni. AMA në bashkëpunim me institucionet përgjegjëse për mbrojtjen e fëmijëve, detajon me rregullore kërkesat për mbrojtjen e fëmijëve në platformat e shpërndarjes së videove.

Neni 8

Pas nenit 32/1, shtohet neni 32/2, me këtë përmbajtje:

“Neni 32/2

1. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive duhet të marrin masa propocionale që programet e transmetuara prej tyre të jenë të arritshme, në mënyrë graduale dhe progresive, nga personat me aftësi të kufizuar. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive hartojnë plane veprimi mbi aksesin, në mënyrë progresive në shërbimet e ofruara prej tyre nga personat me aftësi të kufizuar.
2. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive hartojnë plane veprimi mbi aksesin, në mënyrë progresive në shërbimet e ofruara prej tyre nga personat me aftësi të kufizuar.
3. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive duhet të informojnë periodikisht AMA për masat e marra për përmbushjen e detyrimeve të parashikuara në pikën 1 dhe 2 të këtij neni, brenda vitit kalendarik.
4. AMA cakton një pikë kontakti në faqen e saj zyrtare, lehtësisht të arritshme nga personat me aftësi të kufizuar, për dhënien e informacionit dhe marrjen e ankesave në lidhje me çështjet e përmendura në këtë nen.
5. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive duhet të sigurojnë që informacioni në rast emergjencash, përfshirë komunikimet publike dhe njoftimet në rast fatkeqësish natyrore, të ofrohet në mënyrë të tillë, që të jetë i arritshëm nga personat me aftësi të kufizuar”.

Neni 9

Pas nenit 32/2, shtohet neni 32/3, me këtë përmbajtje:

“Neni 32/3

1. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive marrin masa për t'i dhënë hapësirën e duhur, programeve me interes të përgjithshëm.
2. OSHMA-të duhet të garantojnë që programet dhe shërbimet mediatike audiovizive të tyre të mos transmetohen në formë të shkurtuar, të ndryshohen, ndërpriten ose të mbivendosen për qëllime tregtare, pa pëlqimin e ofruesit të shërbimit mediatik audioviziv.
3. Pika 2 e këtij neni nuk do të zbatohet në rastet e mëposhtme:
 - a) modifikimi kryhet nga marrësi i shërbimit mediatik audioviziv për përdorim personal;
 - b) ekziston nevoja teknike për të përdorur ndërfaqet e programeve aplikative;
 - c) për dhënien e informacionit paralajmërues ose informacionit me interes publik;
 - d) për qëllime të titrimit dhe përdorimit të teknikave të përshtatjes (kompresimi, rezolucioni, kodimi) të shërbimeve mediatike audiovizive pa ndryshuar përmbajtjen e ofruar.
 - e) një komunikim me natyrë tregtare audiovizive përfshihet nga vetë OSHMA.

Neni 10

Në nenin 41 bëhen ndryshimet dhe shtesat si më poshtë:

Pika 1, e nenit 41, riformulohet si më poshtë:

1. Transmetimi i një i programi në një shërbim transmetimi mund të përfshijë ndërfutjen e reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta. Transmetimi i reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta, gjatë fashës kohore nga ora 6:00 deri në orën 18:00, nuk duhet të tejkalojë 20% të kësaj fashe orare. Transmetimi i reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta, gjatë fashës kohore nga ora 18:00 deri në orën 24:00, nuk duhet të tejkalojë 20% të kësaj fashe orare.

Pas pikës 1 të nenit 41 shtohet pika 1/1 me përmbajtjen si më poshtë:

1/1. Përcaktimet e pikës 1, nuk zbatohen për:

- a) njoftimet e bëra nga OSHMA në lidhje me programet e veta dhe shërbime të tjera të ofruara prej tyre;
- b) njoftimet e sponsorizimit;
- c) informacionet që transmetohen pa shpërblim;
- d) vendosjet e produktit;
- e) kornizat neutrale që ndajnë përmbajtjen editoriale nga komunikimet tregtare audiovizive.

Neni 11

Në nenin 42 bëhen ndryshimet si më poshtë:

Në pikën 4, pas fjalëve “cigaret elektronike” shtohen fjalët “enët rimbushëse”.

Në pikën 7, të këtij neni, pas fjalës “morale” shtohet fjala, “mendore”.

Pas pikës 7 të nenit 42, shtohet pika 7/1 me përmbajtjen si më poshtë:

- 7/1. Komunikimet me natyrë tregtare në shërbimet audiovizive me kërkesë, me përjashtim të sponsorizimit dhe vendosjes së produktit, duhet të respektojnë kriteret e përcaktuara në nenin 43, pika 7 të ligjit.

Pika 8 riformulohet si më poshtë:

8. AMA inkurajon dhe/ose nxit OSHMA-të në përgatitjen e Kodeve të Sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikat me komunikimet e papërshtatshme me natyrë tregtare për pijet alkoolike si dhe në lidhje me komunikimet e papërshtatshme me natyrë tregtare në transmetimet e tyre, që shoqërojnë ose përfshihen në programet për fëmijë, të ushqimeve dhe pijeve, që përmbajnë substanca të dëmshme ose të padobishme për shëndetin fizik të fëmijëve, veçanërisht ato me përmbajtje të lartë yndyre, acide yndyrore, kripe, sode e sheqeri, që janë tej normave të lejuara për një dietë ushqimore të shëndetshme për fëmijët.

Neni 12

Ne nenin 43 bëhen ndryshimet si më poshtë

Pika 2, ndryshon si më poshtë:

2. Spotet e izoluara të reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta lejohen në programet sportive duke përbërë përjashtim nga rregullat e përcaktuara në pikën 1 të këtij neni.

Pika 3 e nenit 43 ndryshon si më poshtë:

Transmetimi i filmave, veprave kinematografike dhe programeve të lajmeve mund të ndërpriten nga reklama, shitje të drejtpërdrejta ose të dyja bashkë jo më shpesh se çdo 30 minuta. Këtu nuk përfshihen serialet dhe dokumentarët.

Në pikën 4 të nenit 43, hiqen fjalët "ose shitjesh të drejtpërdrejta".

Pas pikës 4 të nenit 43, shtohet pika 4/1, me këtë përmbajtje:

4/1 Ndalohet ndërfutja e shitjeve të drejtpërdrejta gjatë programeve për fëmijë.

Neni 13

Në nenin 44 bëhen ndryshimet si më poshtë:

Pika 1, e nenit 44 riformulohet si më poshtë:

1. Vendosja e produkteve lejohet në programet e ofruesve të shërbimeve mediatike, përveç programeve të lajmeve, çështjeve aktuale, mbi çështjet konsumatore, me natyrë fetare dhe programeve për fëmijë.

Pika 2, shfuqizohet.

Shkronja (a) e pikës 3 të nenit 44 ndryshon si më poshtë:

- a) përmbajtja dhe organizimi i tyre brenda një orari, në rastin e transmetimeve televizive ose në kuadër të një katalogu në rastin e shërbimeve mediatike audiovizive me kërkesë, nuk do të ndikohen në asnjë rrethanë në mënyrë të tillë që të prekë përgjegjësinë dhe pavarësinë editoriale të ofruesit të shërbimit të medias;

Shkronja "ç" shfuqizohet.

Pika 4 të këtij neni riformulohet si më poshtë:

“4. Shikuesit duhet të informohen qartë për vendosjen e produktit nëpërmjet identifikimit të duhur në fillim dhe në fund të programit dhe kur një program rifillon pas një pushimi reklame, në mënyrë që të shmangin çdo çoroditje të shikuesve.”

Shkronja (a) e pikës 5 të nenit 44 riformulohet si më poshtë:

a) të cigareve, prodhimeve të tjera të duhanit, cigareve elektronike dhe enëve rimbushëse apo vendosje të produkteve nga shoqëri tregtare, persona apo sipërmarrje, veprimtaria kryesore e të cilave është prodhimi ose tregtimi i cigareve, prodhimeve të tjera të duhanit, cigareve elektronike dhe enëve rimbushëse.

Neni 14

Në nenin 45 bëhen ndryshimet si më poshtë:

Në pikën 2, të nenit 45 pas fjalëve “*prodhimeve të tjera të duhanit*” shtohen fjalët “*cigareve elektronike si dhe enëve rimbushëse*”.

Neni 15

Pika 1, e nenit 77 riformulohet me përmbajtjen si më poshtë:

1. Shërbimet mediatike audio dhe/ose audiovizive, sipas kërkesës së përdoruesit, të ofruara nga operatorët e shërbimit të medias garantojnë që në katalogët e tyre të kenë paktën 30% të tregut të veprave evropiane dhe që ato të jenë të dukshme.

Pika 2 e nenit 77 riformulohet si më poshtë:

“2. Shërbimet mediatike audio dhe/ose audiovizive, sipas kërkesës së përdoruesit, të ofruara nga operatorët e shërbimit të medias promovojnë, kur është e mundur dhe me mjete të përshtatshme, prodhimin e veprave evropiane, duke kontribuar financiarisht në prodhimin e veprave evropiane, përmes investimit të drejtpërdrejtë në përmbajtje dhe/ose kontributit në fondin e filmit, sipas legjislacionit në fuqi”.

Neni 16

Pikat 1 dhe 2 të nenit 87 ndryshojnë si më poshtë

1. AMA ka të drejtë t’u vendosë OSHMA-ve detyrime të arsyeshme, për transmetimin e një ose më shumë programeve audio dhe audiovizive, ofrimin e shërbimeve shoqëruese të tyre, udhëzuesit elektronik të programit (EPG), ndërfaqet e programeve aplikative, veçanërisht

shërbimeve që mundësojnë akses të përdoruesve me aftësi të kufizuar. Këto detyrime vendosen ndaj operatorëve të rrjeteve të komunikimeve elektronike, rrjetet e të cilëve shfrytëzohen nga një numër i konsiderueshëm përdoruesish fundorë si mjet kryesor për marrjen e programeve audiovizive.

2. Detyrimet e mbartjes sipas pikës 1, vendosen vetëm kur ato janë të nevojshme për të përmbushur objektivat e interesit të përgjithshëm dhe do të jenë proporcionale dhe transparente.

Neni 17

Pas nenit 133, shtohet neni 133/1 “Gjobat për ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove”, me përmbajtje si më poshtë:

1. Për shkelje të detyrimeve të parashikuara për ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove, parashikohet
 - a) Tërheqje vëmendje dhe rekomandime;
 - b) Gjobë në masën 200 000 deri në 2 000 000 lekë
2. Përsëritja e shkeljes më shumë se 3 herë dënohet me pezullim të përkohshëm (nga 1 ditë në 3 muaj) të ofruesit e platformës së shpërndarjes të videove dhe në rast ripërsëritje të shkeljes në proporcion me natyrën dhe kategorinë e saj, me çregjistrimin e këtij ofruesi.
3. Kundër vendimit të dënimit me gjobë mund të bëhet ankim në AMA brenda 30 ditëve nga data e marrjes dijeni. AMA merr vendim brenda 30 ditëve nga data e paraqitjes së ankimit.
4. Kundër vendimit të AMA-s mund të bëhet ankim në gjykatën e rrethit gjyqësor ku ka selinë organi administrativ.
5. Gjopa është titull ekzekutiv që ekzekutohet nga shërbimi përmbartimor dhe derdhet 80 për qind në Buxhetin e Shtetit dhe 20 për qind në buxhetin e AMA-s

Neni 18

Kudo në tekstin e ligjit, fjala “... të mitur” zëvendësohet me fjalën “... fëmijë” dhe togfjalëshi “*persona me nevoja të veçanta shqisore*” zëvendësohet me togfjalëshin “*persona me aftësi të kufizuar*”

Neni 19

Hyrja në fuqi

Ky ligj hyn në fuqi 15 ditë pas botimit në Fletoren Zyrtare.

KRYETARI

LINDITA NIKOLLA