



**REPUBLIKA HRVATSKA  
DRŽAVNO IZBORNO POVJERENSTVO  
REPUBLIKE HRVATSKE**

**KLASA: 013-08/19-01/29  
URBROJ: 507-04/02-19-5**

**Zagreb, 1. travnja 2019.**

Obzirom na učestale napise u medijima vezane uz oglašavanje izbornih sudionika na društvenim mrežama Državno izborno povjerenstvo Republike Hrvatske izdaje slijedeće

## **P R I O P Ć E N J E**

### **o prikazivanju troškova oglašavanja putem društvenih mreža**

Člankom 2. Zakona o medijima („Narodne novine“, br. 59/04., 84/11. i 81/13.) propisano je da su mediji novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletext i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike.

Zakonom o financiranju političkih aktivnosti, izborne promidžbe i referenduma („Narodne novine“, br. 29/19., dalje: Zakon), propisano je da će ministar financija donijeti pravilnike taksativno nabrojane u članku 95. stavku 2. navedenog Zakona, a da do stupanja na snagu navedenih pravilnika ostaje na snazi Pravilnik o načinu vođenja evidencija i izdavanja potvrda o primitku dobrovoljnih priloga (donacija) i članarina, izvješćima o primljenim donacijama za financiranje izborne promidžbe i izvješćima o troškovima (rashodima) izborne promidžbe, te financijskim izvještajima za financiranje izborne promidžbe („Narodne novine“, br. 50/11., 93/11. i 55/13., u dalje: Pravilnik).

U informacijski sustav za nadzor financiranja izborne promidžbe izborni sudionici izbora članova u Europski parlament iz Republike Hrvatske (dalje: izborni sudionici) unosit će podatke iz obrazaca propisanih Pravilnikom, sve do stupanja na snagu novih pravilnika koje će, u smislu članka 95. stavka 2. Zakona donijeti ministar financija.

Jedan od navedenih obrazaca je obrazac Izvješća o iznosu cijene i iznosu ostvarenog popusta u cijeni za medijsko oglašavanje izborne promidžbe (obrazac IZ-MO) u koji se upisuju troškovi medijskog oglašavanja i popusti vezani uz spomenute troškove.

Iako se društvene mreže ne smatraju medijima u smislu članka 2. Zakona o medijima i ne postoji zakonska osnova da bi izborni sudionici troškove oglašavanja na društvenim mrežama posebno iskazivali u izvješću o medijskom oglašavanju, **troškovi oglašavanja putem društvenih mreža moraju biti iskazani u Izvješću o troškovima (rashodima) izborne promidžbe bilo da izborni sudionici imaju izravno sklopljen ugovor s dobavljačem tj. društvenom mrežom ili im se ista usluga nudi u okviru paketa usluga koje za njih rade agencije za oglašavanje, pa će se u tom smislu ti podaci unositi u informacijski sustav u sklopu tog izvješća time će biti dostupni i javnosti i moći će se nadzirati.**

DRŽAVNO IZBORNO POVJERENSTVO  
REPUBLIKE HRVATSKE