



REPUBLIKA E SHQIPËRISË

AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE  
DREJTORIA E LEGJISLACIONIT DHE INTEGRIMIT EUROPIAN  
DREJTORIA LIGJORE

**PROJEKT-RREGULLORE**

**PËR**

**DISA SHTESA DHE NDRYSHIME NË RREGULLOREN**

***“PËR KOMUNIKIMET AUDIO DHE/OSE AUDIOVIZIVE ME NATYRË TREGTARE  
FORMAT, KUSHTET, KOHA DITORE E LEJUAR PËR TRANSMETIMIN E  
REKLAMAVE. TRANSPARENCA E FONDEVE PUBLIKE TË REKLAMAVE  
SHTETËRORE”***

(Miratuar me vendimin e AMA-s, nr. 42, datë 19.03.2018)

KREU I  
TË PËRGJITHSHME

Në kreun I “Të përgjithshme” pas fjalëve “ofruesit e shërbimeve mediatike audio dhe/ose audiovizive” shtohen fjalët **si dhe ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove.**

Neni 1

Në nenin 3 “Përkufizime” bëhen këto shtesa dhe ndryshime:

Në pikën 2 shtohen përkufizimet:

- **“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 është ofrimi për publikun e gjerë të programeve, videove të krijuara nga përdoruesi ose të dyjave së bashku, me qëllim informimin, argëtimin ose edukimin nëpërmjet një rrjeti të komunikimeve elektronike për të cilat ofruesi i platformës së shpërndarjes së videove nuk ka përgjegjësi editoriale, dhe organizimi i të cilës, përfshirë përdorimin e mjeteve automatike ose algoritmet në veçanti për shfaqjen, etiketimin dhe renditjen, përcaktohet nga vetë ofruesi i platformës së shpërndarjes së videove.**

- “Video e krijuar nga përdoruesi” është një grup imazhesh lëvizëse me ose pa zë, që përbëjnë një element individual, pavarësisht nga gjatësia e tij, që krijohet nga një përdorues dhe ngarkohet në një platformë për shpërndarjen e videove nga ai përdorues ose çdo përdorues tjetër”
- Reklamë shtetërore sipas përkufizimit në pikën 28 neni 3 i ligjit nr. 97/2013 i ndryshuar,
- “Autoritete ose subjekte publike te vendeve te treta” janë institucionet, organet që i përkasin një shteti që nuk është pjesë e Bashkimit Evropian

## Neni 2

Në nenin 4, “Parime të Përgjithme” bëhen këto ndryshime:

1. Pika 1 ndryshon si më poshtë:

“1. Komunikimet me natyrë tregtare nga transmetuesit audio dhe/ose audioviziv, **si dhe ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove** duhet të jenë në pajtueshmëri me ligjin nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, i ndryshuar, me dispozitat e kësaj rregulloreje, aktet e tjera në fuqi si dhe:

2. Pas pikës 1 shtohen pikat 2 dhe 3 me këtë përmbajtje:

“2. **OSHMA-të garantojnë që programet dhe shërbimet mediatike audiovizive të tyre të mos transmetohen në formë të shkurtuar, të ndryshohen, të ndërpriten ose të mbivendosen për qëllime tregtare, pa pëlqimin e ofruesit të shërbimit mediatik audioviziv.**

“3. Pika 3 e këtij neni nuk do të zbatohet në këto raste:

- a) kur modifikimi kryhet nga marrësi i shërbimit mediatik audioviziv për përdorim personal;
- b) kur ekziston nevoja teknike për të përdorur ndërfaqet e programeve aplikative;
- c) kur modifikimi kryhet për dhënien e informacionit paralajmërues ose informacionit me interes publik; për qëllime të titimit dhe përdorimit të teknikave të përshtatjes (kompresimi, rezolucioni, kodimi) të shërbimeve mediatike audiovizive pa ndryshuar përmbajtjen e ofruar;
- d) kur një komunikim me natyrë tregtare audiovizive përfshihet në program në mënyrë legjitime nga vetë OSHMA-ja.”.

## Neni 3

Në nenin 5, “Format e Komunikimeve Tregëtare Audiovizive” bëhen këto ndryshime:

1. Ndryshon shkronja c) me këto përmbajtje:

“c) **Reklammat dhe shitjet e drejtpërdrejta/Teleshitje;**

## Neni 4

Në nenin 6 “Llojet e reklamave” bëhen këto ndryshime:

1. Shkronja c) riformulohet si më poshtë:

“c) **Reklamë me ekran të ndarë. Është reklama që shfaqet në kënd të ekranit në mënyrë të njëkohshme me transmetimin e programit, si logo, tekst i lëvizshëm, kënd reklamimi dhe forma të tjera reklame. Kjo reklamë llogaritet në kohën e përgjithshme të transmetimit të reklamave.**

## Neni 5

Në nenin 7 “Sponsorizimi dhe kushtet e transmetimit të tyre” bëhen këto ndryshime:

1. Në shkronjën d) pas fjalëve “prodhimeve të tjera të duhanit” shtohen fjalët “**cigareve elektronike, si dhe enëve rimbushëse**”

## Neni 6

Në nenin 13, “Shitjet e Drejteperdrejta/Teleshitjet” bëhen ndryshimet e mëposhtme:

1. Pas pikës 4 shtohet pika 5, me këtë përmbajtje:

“5 Transmetimi i një 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 tejkalon 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 tejkalojnë 20% të kësaj fashe orare”.

2. Pas pikës 5 shtohet pika 5/1 me këtë përmbajtje:

“5/1. Përcaktimet e pikës 5 nuk zbatohen për:

- a. njoftimet e bëra nga OSHMA-ja në lidhje me programet e veta dhe produktet ndihmëse, që rrjedhin drejtpërdrejt nga ato programe ose për programet dhe shërbimet mediatike audiovizive nga subjekte të tjera, që i përkasin të njëjtit grup transmetuesi televiziv;
- 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 7

Në nenin 15, “Vendosja e Produktit” bëhen ndryshimet e mëposhtme:

1. Pika 1 ndryshohet 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.

2. Në pikën 3 bëhen këto ndryshime

a) shkronja a) 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;

b) shkronja d) shfuqizohet,

c) shkronja e) ndryshon si më poshtë:

“e). Shikuesit informohen qartë për vendosjen e produktit nëpërmjet identifikimit të duhur në fillim dhe në fund të programit, si dhe kur rifillon programi pas transmetimit të reklamës, në mënyrë që të shmangët çorientimi i shikuesve.”

3. Në pikën 5 bëhen këto ndryshime:

Shkronja “a” ndryshohet 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 8

Në nenin 16 “Komunikimet me natyrë tregëtare dhe kushtet e transmetimit të tyre” bëhen ndryshimet sa më poshtë:

1. Pas pikës 2 shtohet pika 3 me këtë përmbajtje:

“3 Komunikimet me natyrë tregtare në shërbimet audiovizive me kërkesë, me përjashtim të sponsorizimit dhe vendosjes së produktit, respektojnë kriteret e përcaktuara në pikën 7 të nenit 43 të ligjit.

#### Neni 9

Në nenin 17, “Kushtet e transmetimit të Reklamave” bëhen ndryshime e mëposhtme:

1. Pika 2 shfuqizohet.

2. Në pikën 3 bëhen këto ndryshime:

a) Shkronja b) ndryshon si më poshtë:

“b) Spotet e izoluara të reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta lejohen në programet sportive duke përbërë përjashtim nga rregullat e përcaktuara në pikën 1 të nenit 43 të ligjit nr. 97/2013.

b) Shkronja c) ndryshon si më poshtë:

“c) 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.”

c) Pas shkronjës e) shtohet shkronja f) me këtë përmbajtje

“f) ndalohet ndërfitja e shitjeve të drejtpërdrejta gjatë programeve për fëmijë.

#### Neni 10

Në nenin 19, “Reklamat e Ndaluar” pika 6, pas fjalës “cigaret”, shtohen fjalët “cigaret elektronike, enët rimbushëse”, dhe në pikën 10, pas fjalës “barnave” shtohet “që jepen me recetën e mjekut”:

#### Neni 11

Në nenin 20, “Mbrojtja e fëmijëve në komunikimet tregëtare audio/audiovizive” bëhen ndryshimet si më poshtë:

1. Pika 4 ndryshon si më poshtë:

“4. AMA 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, kripte, sode e sheqeri, që janë tej normave të lejuara

për një dietë ushqimore të shëndetshme për fëmijët. Kodet e sjelljes do të synojnë të reduktojnë në mënyrë efektive ekspozimin e fëmijëve ndaj komunikimeve me natyrë tregtare për këto kategori produktesh, ushqime/pije, si dhe të sigurojnë që këto komunikime të mos theksojnë cilësitë pozitive të aspekteve ushqyese të këtyre produkteve”.

2. Pas pikës 4 shtohet pika 5 me këtë përmbajtje:

“5. Detyrimet e përcaktuara në këtë nen zbatohen edhe në rastet e komunikimeve me natyrë tregtare në programet, videot e krijuara nga përdoruesi në platformat e shpërndarjes së videove”.

## Neni 12

Në nenin 21 “Volumi i Reklamave të transmetuara nga OSHMA-Kombëtare” bëhen këto ndryshime:

1. Pika 3, ndryshon si më poshtë:

“3 Volumi i reklamave të transmetuara nga OSHMA-të kombëtare, **si dhe volumi i reklamave institucionale** në mënyrë periodike (çdo muaj), publikohet online në faqen zyrtare të AMA-s.

## Neni 13

Pas nenit 21 shtohet neni 21/1 “**Transparenca e fondeve për reklamat**” me përmbajtje si vijon:

1. Ofruesit e shërbimeve mediatike bëjnë lehtësisht të aksesueshëm për marrësit e shërbimeve të tyre informacionin e përditësuar për shumën totale vjetore të fondeve publike për reklamat shtetërore që u ndahen atyre dhe shumën totale vjetore të të ardhurave nga reklamat e marra nga autoritetet ose subjektet publike të vendeve të treta.
2. Të dhënat për reklamat si më sipër përfshihen në databazën që administron dhe përditëson AMA .
3. Këto të dhëna publikohen edhe në Buletinin periodik të Autoritetit.”

## Neni 14

Pas nenit 21/1 shtohet neni 21/2 “**Bashkëpunimi me institucionet përgjegjëse**” me përmbajtje si vijon:

1. AMA bashkëpunon me Institucionet qendrore përgjegjëse dhe ato të varësisë, për të kontrolluar vërtetësinë e të dhënave të paraqitura nga ofruesit e shërbimit mediatik, të cilat i referohen shpërndarjes së fondeve të reklamave shtetërore.
2. Këto të dhëna përdoren vetëm për zbatimin e detyrave të ngarkuara nga Ligji Nr. 97/2013 “Për Mediat Audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, i ndryshuar me Ligjin Nr. 15/2026.
3. AMA, në bazë vjetore do të bëjë rakordimin e informacionit të dhënë nga ofruesit e shërbimit mediatik me të dhënat nga institucionet qendrore përgjegjëse dhe ato të varësisë si më sipër.
4. Komunikimi ndërinstitucional do të bëhet në formë shkresore ose elektronike për të mundësuar realizimin sa më efektiv të këtij rakordimi.

## Neni 15

### Pas nenit 21/2 shtohet neni 21/3 “**Procedura e deklarimit dhe verifikimit të fondeve për reklamat**”

1. Ofruesit e shërbimeve mediatike dorëzojnë çdo vit pranë AMA-s një deklaratë të standardizuar, në formë elektronike, sipas një formulari të miratuar nga Autoriteti, e cila përbën deklaram nën përgjegjësi ligjore. Deklarata dorëzohet brenda datës 31 mars për vitin pararendës dhe përfshin:

a) shumën totale vjetore të fondeve të përfituara nga reklamat shtetërore, të ndara sipas institucioneve publike përkatëse;

b) shumën totale vjetore të të ardhurave nga reklamat e marra nga autoritete ose subjekte publike të vendeve të treta, nese kane;

2. AMA miraton formatin unik të deklarimit dhe ka të drejtë të verifikojë saktësinë e të dhënave të deklaruara përmes kërkesës për dokumentacion mbështetës.

## Neni 16

Në nenin 22, “Kundërvajtjet Administrative dhe Sanksionet” bëhen ndryshimet sa më poshtë:

1. Pas pikës 2 shtohet pika 2.1 me këtë përmbajtje:

“2.1 Për shkelje të detyrimeve të parashikuara në nenin 32/1 të ligjit lidhur me komunikimet tregëtare për ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove parashikohet gjobë në masën 200 000 deri në 2 000 000 lekë.

2. Pas pikës 2.1 shtohet pika 2.2 me këtë përmbajtje:

“2.2 Shkelja nga OSHMA-të e detyrimeve të parashikuara për publikimin e të dhënave referuar shumës totale vjetore të fondeve publike për reklamat shtetërore që u ndahen atyre dhe shumën totale vjetore të të ardhurave nga reklamat e marra nga autoritetet ose subjektet publike të vendeve të treat, të aksesueshme në mënyrë të përhershme për marrësit e shërbimeve të tyre përbën kundërvajtje administrative dhe dënohet me gjobë nga 50 000 deri në 500 000 lekë.”

## Neni 17

### Hyrja në Fuqi

Kjo rregullore hyn në fuqi në datën e miratimit të saj nga AMA.

## Neni 18

### Publikimi

Kjo rregullore publikohet nga AMA në faqen zyrtare të internetit [www.ama.gov.al](http://www.ama.gov.al).



REPUBLIKA E SHQIPËRISË  
AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE

DRAFT FORMULAR DEKLARIMI

**PËR DEKLARIMIN VJETOR TË TË DHËNAVE MBI REKLAMAT**

<b>Periudha raportuese</b>	1 janar – 31 dhjetor _____
<b>Afati i dorëzimit</b>	Brenda datës 31 mars _____

Formulari mbështetet në kërkesat e ligjit nr. 15/2026 “Për disa ndryshime dhe shtesa në ligjin nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, si dhe ligjin nr. 124/2024 “Për mbrojtjen e të dhënave personale”.

**UDHËZIME TË SHKURTRA PËR PLOTËSIM**

- Formulari plotësohet për vitin pararendës dhe dorëzohet në formë elektronike.
- Kur një kategori nuk zbatohet, shënohet “Nuk aplikohet” ose “0 (zero)”.
- Kur kontrata është në valutë, shënohet edhe kundërvlera në lekë.
- Anekset plotësohen vetëm kur subjekti ka pasur kontrata ose të ardhura për kategorinë përkatëse dhe hapësira nuk mjafton,
- Dokumentacioni mbështetës mbahet në dispozicion të AMA-s për verifikim.

**PJESA A – TË DHËNAT IDENTIFIKUESE TË SUBJEKTIT**

<b>1. Emërtimi i plotë i subjektit</b>	_____ _____
<b>2. Forma ligjore</b>	_____ _____
<b>3. NIPT/NUIS</b>	_____ _____
<b>4. Nr./data e licencës ose autorizimit AMA</b>	_____ _____

<b>5. Lloji i subjektit</b>	<input type="checkbox"/> Ofrues audio <input type="checkbox"/> Ofrues audioviziv <input type="checkbox"/> Ofrues me kërkesë
<b>6. Adresa e selisë</b>	_____ _____
<b>7. Person kontakti</b>	Emër/mbiemër: _____ Tel: _____
<b>8. E-mail zyrtar</b>	_____ _____
<b>9. Faqja zyrtare e internetit</b>	_____ _____
<b>10. Përfaqësuesi ligjor</b>	_____ _____

## PJESA B – TË DHËNAT E PËRGJITHSHME TË RAPORTIMIT

<b>1. Viti raportues</b>	_____
<b>2. Monedha e deklaramit</b>	<input type="checkbox"/> Lekë <input type="checkbox"/> Euro <input type="checkbox"/> Tjetër: _____
<b>3. Kursi i këmbimit i përdorur</b>	_____
<b>4. Ka pasur reklama shtetërore?</b>	<input type="checkbox"/> Po <input type="checkbox"/> Jo
<b>5. Ka pasur të ardhura nga autoritete ose subjekte publike të vendeve të treta?</b>	<input type="checkbox"/> Po <input type="checkbox"/> Jo
a) nga vendet pjesë e BE	
b) vendet qe nuk jane pjesë e BE	
<b>6. Shuma totale vjetore të të ardhurave nga reklamat e marra nga autoritetet ose subjektet publike të vendeve të treta.</b>	
a) nga vendet pjesë e BE	_____
b) vendet qe nuk jane pjesë e BE	

<b>7. Shuma totale vjetore e të ardhurave të raportuara nga reklamat shtetërore</b>	_____
---	-------

Pikat 4 dhe 5 plotësohen edhe kur nuk ka të ardhura, me vlerë zero ose “Nuk aplikohet”.

### **PJESA C – PËRMBLEDHJE E FONDEVE NGA REKLAMAT SHETËRORE**

<b>1. Shuma totale vjetore</b>	_____				
<b>2. Numri i institucioneve publike kontraktuese</b>	_____				
<b>3. Numri i kontratave / urdhërblërjeve / marrëveshjeve</b>	_____				
<b>Nr.</b>	<b>Institucioni publik</b>	<b>Nr. kontratave</b>	<b>Periudha</b>	<b>Vlera totale (lekë)</b>	<b>Lloji i reklamës / shërbimit</b>

Nëse hapësira nuk mjafton, plotësohet Aneksi 1.

### **PJESA D – TË ARDHURAT NGA AUTORITETE OSE SUBJEKTE PUBLIKE TË VENDEVE TË TRETA**

<b>1. Shuma totale vjetore</b>	_____					
<b>2. Numri i autoriteteve / subjekteve publike</b>	_____					
<b>3. Numri i kontratave</b>	_____					
<b>Nr.</b>	<b>Emërtimi i subjektit</b>	<b>Shteti</b>	<b>Statusi publik</b>	<b>Monedha / kundërvlera</b>	<b>Periudha</b>	<b>Vlera totale</b>


Nëse hapësira nuk mjafton, plotësohet Aneksi 2.

## PJESA E – PUBLIKIMI DHE TRANSPARENCA

<b>1. A janë publikuar të dhënat në faqen zyrtare?</b>	<input type="checkbox"/> Po <input type="checkbox"/> Jo
<b>2. Linku i saktë i publikimit</b>	_____
<b>3. Data e publikimit / përditësimit</b>	_____
<b>4. Komente shtesë</b>	_____

## PJESA F – DOKUMENTACIONI MBËSHTETËS

Shënohen dokumentet që bashkëlidhen ose mbahen në dispozicion të AMA-s:

<input type="checkbox"/>	Kopje të kontratave kryesore
<input type="checkbox"/>	Fatura tatimore / dokumente financiare përkatëse
<input type="checkbox"/>	Urdhërblerja / urdhër shërbimi / akte financiare
<input type="checkbox"/>	Ekstrakte ose pasqyra kontabël mbështetëse
<input type="checkbox"/>	Dokumente të tjera justifikuese
<input type="checkbox"/>	Dokumentacioni i plotë mbahet në dispozicion të AMA-s sipas kërkesës

## PJESA G – DEKLARATË NËN PËRGJEGJËSI LIGJORE

Unë, i nënshkruari \_\_\_\_\_, në cilësinë e përfaqësuesit ligjor / personit të autorizuar të subjektit \_\_\_\_\_, deklaroj nën përgjegjësi ligjore se të dhënat e paraqitura në këtë formular dhe në anekset bashkëlidhur janë të plota, të sakta dhe të mbështetura në dokumentacionin përkatës.

<b>Data</b>	____ / ____ / _____
<b>Emri dhe mbiemri</b>	_____ _____
<b>Funksioni / Nënshkrimi</b>	_____ _____

## ANEKSE PËR PLOTËSIM

Anekset janë pjesë integrale e formularit dhe mund të shtohen me rreshta të tjerë sipas nevojës.

### ANEKSI 1 – RAPORTIM SIPAS INSTITUCIONEVE PUBLIKE SHQIPTARE

Nr.	Institucioni publik	Nr. kontratave	Periudha	Vlera totale (lekë)	Lloji i reklamës / shërbimit

### ANEKSI 2 – RAPORTIM PËR AUTORITETE OSE SUBJEKTE PUBLIKE TË VENDEVE TË TRETA

Nr.	Emërtimi i subjektit	Shteti	Statusi publik	Monedha / kundërvlera	Periudha	Vlera totale

## ANEKSI 3 – LISTA E KONTRATAVE KRYESORE

Nr.	Klienti	Nr. kontratës	Data	Objekti	Periudha	Vlera	Statusi / shënime

Përfaqësuesi i subjektit

Datë \_\_\_\_./\_\_\_\_./