כללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו (שיבוץ פרסומות ואזכורים מסחריים בשידורי רדיו), תשנ"ט-1999

תוכן ענינים

|  |  |
| --- | --- |
| [Go](#h1) | פרק א:פרשנות |
| [Go](#h2) | הגדרות | סעיף 1 |
| [Go](#h3) | פרק ב:תחולה על פרסומת |
| [Go](#h4) | תחולה | סעיף 2 |
| [Go](#h5) | הודעות לציבור | סעיף 3 |
| [Go](#h6) | העדפה או הפליה בבחירת פרסומת | סעיף 4 |
| [Go](#h7) | פרק ג:זמני פרסומת |
| [Go](#h8) | ימים ומועדים בלי פרסומת | סעיף 5 |
| [Go](#h9) | שיבוץ פרסומות בתכנית חדשות ארציות | סעיף 5א |
| [Go](#h10) | זמן תשדירי פרסומת ביממה | סעיף 5ב |
| [Go](#h11) | פרק ד:זיהוי והפרדה של תשדירי פרסומת |
| [Go](#h12) | מניעת השפעה של שיקולים מסחריים על שיקולים מערכתיים | סעיף 6 |
| [Go](#h13) | זיהוי תשדיר פרסומת והסדרי הפרדה | סעיף 7 |
| [Go](#h14) | שיבוץ הולם ושיקול דעת בשיבוץ פרסומות | סעיף 8 |
| [Go](#h15) | תכניות בלי תשדיר פרסומת במהלכן | סעיף 9 |
| [Go](#h16) | פרק ה:חסות ומזכה |
| [Go](#h17) | מתן חסות לתכניות | סעיף 10 |
| [Go](#h18) | מתן מזכה | סעיף 11 |
| [Go](#h19) | אזכור גורם המשתתף בהפקת חדשות ארציות | סעיף 11א |
| [Go](#h20) | זמן שידור חסות ומזכה | סעיף 12 |
| [Go](#h21) | פרק ו':הכללת שם או מותג מסחרי בשמה של תחנה |
| [Go](#h22) | הכללת שם או מותג מסחרי בשם תחנה | סעיף 12א |
| [Go](#h23) | בקשה והסכם | סעיף 12ב |
| [Go](#h24) | הגבלת אזכורים | סעיף 12ג |
| [Go](#h25) | אתיקה | סעיף 12ד |
| [Go](#h26) | פרק ז':שיווק משותף של זמן שידור של פרסומות |
| [Go](#h27) | הגדרות | סעיף 12ה |
| [Go](#h28) | שיווק משותף | סעיף 12ו |
| [Go](#h29) | מטרת הגוף המשווק | סעיף 12ז |
| [Go](#h30) | הגבלת פעילות | סעיף 12ח |
| [Go](#h31) | התקשרות נפרדת | סעיף 12ט |
| [Go](#h32) | תנאי ההתקשרות | סעיף 12י |
| [Go](#h33) | בדיקת הרשות | סעיף 12יא |
| [Go](#h34) | סייג לתחולה על תעמולת בחירות | סעיף 12יב |
| [Go](#h35) | פרק ח':שונות |
| [Go](#h36) | שמירת תשדירים ומסירתם | סעיף 13 |
| [Go](#h37) | שמירת דינים | סעיף 14 |

כללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו (שיבוץ פרסומות ואזכורים מסחריים בשידורי רדיו), תשנ"ט-1999

בתוקף סמכותה לפי סעיפים 24, 82 ו-88 לחוק הרשות השניה לטלוויזיה ורדיו, התש"ן-1990 (להלן – החוק), ובידיעת ועדת החינוך והתרבות של הכנסת, קובעת מועצת הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו כללים אלה:

**פרק א:פרשנות**

1. (א) בכללים אלה –

הגדרות

"אות מעבר" – סימן זיהוי קולי המפריד בין תכנית לבין פרסומת, או הודעה על מעבר לפרסומת;

"בעל זיכיון" – בעל זיכיון לשידורי רדיו;

"גבולות תכנית" – למן פרק הזמן הבא מיד לפני תכנית עד פרק הזמן הבא מיד לאחריה;

"הודעת חסות" – כמשמעותה בסעיף 10(ג);

"הודעת קריין" – הודעה בעלת מסר פרסומי הנמסרת מפי קריין במהלך מישדר;

"המנהל" – לרבות מי שהוא הסמיכו לענין כללים אלה בין באופן כללי ובין לענין מסוים;

"חסות" – השתתפות במימון עלות הפקתה ושידורה של תכנית בידי אדם, ארגון או גוף שאינו בעל זיכיון, מפיק תכנית עצמאי או הרשות, בין בתמורה כספית ובין בדרך אחרת;

"ילד" – מי שגילו פחות מ-13 שנים;

"כללי האתיקה" – כללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו (אתיקה בפרסומת בשידורי רדיו), התשנ"ט-1999;

"מיקבץ פרסומות" – מספר תשדירי פרסומת המשודרים ברצף;

"מזכה" (קרדיט) – אזכור במהלך תכנית של גורם אשר סייע בהפקת התכנית או חלק ממנה;

"קדימון" – כל אחד מאלה:

(1) תשדיר המודיע על מישדר אחד או יותר שישודרו בעתיד בשידורי בעל הזיכיון;

(2) תשדיר שנועד לקדם את שידורי בעל הזיכיון או את תדמית שידוריו;

(3) תשדיר אחר שאינו אחד מאלה: תכנית, תשדיר פרסומת, שידורי הרשות או תשדיר שירות;

"שידורי הרשות" – שידורי הרשות לפי סעיפים 48 ו-49(2) לחוק וכן הודעות ותשדירים מאת הרשות, מטעמה ומטעם אחרים, המשודרים בלי תשלום, לשירות הציבור;

"תשדיר פרסומת" – כל אחד מאלה:

(1) תשדיר המכוון לקידום שמו של אדם, עסקו, שם מוצריו או שירותיו, או לקידום מכירתם;

(2) תשדיר של בעל הזיכיון או מי מטעמו, המכוון לעודד התקשרות עסקית עמו, בתמורה כספית או אחרת, בין במישרין ובין בעקיפין;

"תשדיר שירות" – שידור הודעות ותשדירים שיש בהם מידע לשירות הציבור והמשודרים בלי תמורה.

(ב) מונחים אחרים תהיה להם המשמעות שניתנה להם בכללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו (שידורי תכניות רדיו בידי בעל זיכיון), התשנ"ט-1999 (להלן – כללי התכניות).

**פרק ב:תחולה על פרסומת**

2. כללים אלה יחולו על כל תשדיר פרסומת, הודעת חסות, מזכה, או כל דבר פרסומת אחר, המוגש באמצעות הודעת קריין או בכל דרך אחרת.

תחולה

3. לא יראו כתשדיר פרסומת קדימונים, שידורי הרשות וכן הודעות ותשדירי שירות לציבור.

הודעות לציבור

4. בעל זיכיון לא יסרב לקבל פרסומת המותרת לשידור, אם הוצעה בדרכים ובתנאים המקובלים, לא יפלה לרעה ולא יעדיף לטובה מפרסם כלשהו.

העדפה או הפליה בבחירת פרסומת

**פרק ג:זמני פרסומת**

5. (א) לא ישדר בעל זיכיון פרסומות בימים אלה:

ימים ומועדים בלי פרסומת

(1) יום הזיכרון לשואה ולגבורה, כמשמעותו בחוק יום הזיכרון לשואה ולגבורה, התשי"ט-1959;

(2) יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, כמשמעותו בחוק יום הזיכרון לחללי מערכות ישראל, התשכ"ג-1963;

(3) ט' באב.

(א1) האמור בסעיף קטן (א)(3) לא יחול על בעל זיכיון המשדר לאוכלוסייה במגזר הערבי בשפה הערבית.

(ב) בעל זיכיון, יבצע, ביוזמתו או לפי דרישת המנהל, שינויים והתאמות בשיבוץ תשדירי פרסומת בימי אבל לאומי או אסון, לרבות ביטול או דחיה של תשדירי פרסומת, או החלפה של תשדירי פרסומת המלווים במוסיקה בשידור תשדירי פרסומת בלי מוסיקה.

(ג) פחת זמן תשדירי הפרסומת של בעל זיכיון מהשיעור המרבי המותר לפי החוק עקב האמור בסעיף קטן (ב), רשאי בעל זיכיון לפנות למנהל בבקשה להקצאה שונה של זמן תשדירי פרסומת, ובלבד שיקפיד על מילוי שאר הכללים לענין מיקבצי פרסומת; המנהל רשאי להקצות זמן שונה, ובלבד שלא יעלה על שיעור הזמן שפחת וכפוף לסעיף 85(ב)(2) לחוק.

5א. בעל זיכיון רשאי לשבץ תשדירי פרסומת במהלך תכנית חדשות ארציות, בכפוף לכל דין.

שיבוץ פרסומות בתכנית חדשות ארציות

5ב. (א) זמן השידור המרבי לתשדירי פרסומות שרשאי בעל הזיכיון להקצות בכל יממה לא יעלה על חמישה עשר אחוזים מכלל זמן השידורים ביממה העומד לרשותו של בעל הזיכיון, בפריסת שעות, בהתאם לשירול דעתו של בעל הזיכיון, ואולם רשאי המנהל, בהתחשב במידת עמידתו של בעל זיכיון בהתחייבויותיו על פי הדין והזיכיון, לקבוע, בין בדרך כלל ובין לתקופה, הסדרים בנוגע לזמן תשדירי פרסומת מרביים לשעת שידור, בין בכל שעות היממה ובין בשעות מסוימות.

זמן תשדירי פרסומת ביממה

(ב) אין באמור בסעיף קטן (א) כדי לגרוע מסמכויות הרשות בהתאם לסעיף 49 לחוק.

**פרק ד:זיהוי והפרדה של תשדירי פרסומת**

6. (א) בעל זיכיון לא יאפשר למפרסם, נותן חסות, מקבל מזכה או גורם ששמו מאוזכר לפי סעיף 11א להתערב בשיקולי הכנת התכנית ושיבוצה בלוח המשדרים.

מניעת השפעה של שיקולים מסחריים על שיקולים מערכתיים

(ב) בעל זיכיון יקפיד בשידוריו על הפרדה בין תכניות לבין שידור תשדיר פרסומת, חסות, מזכה או אזכור שם לפי סעיף 11א, ויימנע משידור העלול להטעות מאזין סביר, לרבות הידמות פרסומת לתכנית.

7. (א) תשדיר פרסומת או מיקבץ פרסומות, יזוהה ויובחן משאר השידורים, באמצעות אות מעבר, אשר יושמע לפני התשדיר ולאחריו, או באמצעות הודעה מקדימה והודעה מסיימת של הקריין.

זיהוי תשדיר פרסומת והסדרי הפרדה

(ב) סעיף קטן (א) יחול על כל סוגי השידורים, לרבות שידורים חיים, זולת אם ניתן אישור מראש מהמנהל שלא לפעול כאמור.

(ג) המנהל רשאי לקבוע הסדרי הפרדה נוספים בין תשדירי פרסומת לבין תכניות, לרבות בדרך של קביעת מרווחי מעבר, קביעת מיקום תשדיר הפרסומת במיקבץ הפרסומות וקביעת זמנים ותקופות להפרדה, אם ראה כי יש בשידור כאמור, בלא הסדרי הפרדה, כדי להביא להטעיית הציבור או לניצול בלתי הולם של הציבור באמצעות חשיפתו לפרסומות מסוימות.

(ד) לא יצוין בתשדיר פרסומת דבר הופעת מוצר או שירות, או שימוש בהם, בתכנית כלשהי.

8. (א) בעל זיכיון ישלב תשדירי פרסומת בתכנית באופן שלא יפגע ברצף הטבעי של התכנית, לא יפר את שלמותה ולא יפגום בערכה; בתכנית הכוללת סיקור אירועים בשידור חי, רשאי בעל זיכיון לשבץ תשדירי פרסומת בהפסקות טבעיות ברצף האירוע.

שיבוץ הולם ושיקול דעת בשיבוץ פרסומות

(ב) בעל זיכיון ייתן את דעתו, באופן מיוחד, לזהירות הנדרשת בשיבוץ תשדירי פרסומת סמוך לתכנית חדשות או תכנית בעניני היום, כאשר תוכן התכניות האמורות, ובפרט תוכן בעל אופי טרגי, עלול לשנות את משמעותו ואת הקשרו של תשדיר הפרסומת, ובמקרים מתאימים ידחה את שידור תשדיר הפרסומת או יבטלו.

(ג) בעל זיכיון יתכנן את שיבוץ תשדירי הפרסומת תוך התחשבות בהרגלי ההאזנה של ציבור מאזיניו ויפעיל שיקול דעת ואחריות כלפי ציבור מאזיניו בשיבוץ תשדירי פרסומת.

(ד) בעל זיכיון יפעיל מנגנון פיקוח מתאים וינקוט את מלוא האמצעים למניעת שיבוץ בלתי הולם של תשדיר פרסומת, באופן העלול לגרום פגיעה, הטעיה או נזק כלשהו לציבור המאזינים או לחלק מהם.

(ה) בעל זיכיון יביא בחשבון במיוחד את הרגלי ההאזנה של ילדים ואת חופשות הלימודים לסוגיהן; בעל זיכיון לא ישבץ בתכנית המופנית לילדים או בגבולותיה, תשדירי פרסומת למוצרים או לשירותים שאינם מתאימים לילדים, או המנצלים לרעה את עובדת היותם נוחים להשפעה.

9. בעל זיכיון לא ישדר תשדיר פרסומת בתכניות העוסקות בנושאים אשר שיבוץ תשדיר פרסומת במהלכן עלול לפגוע ברגשות הציבור, או בתכניות שהמנהל יורה עליהן מזמן לזמן, בין באופן כללי ובין לענין מסוים.

תכניות בלי תשדיר פרסומת במהלכן

**פרק ה:חסות ומזכה**

10. (א) לא תינתן חסות לתכנית על ידי אדם, ארגון או גוף שפרסומו עומד בניגוד לכללים אלה, לכללי הרשות השניה לטלוויזיה ולרדיו (אתיקה בפרסומת בשידורי רדיו), התשנ"ט-1999, או לכל דין.

מתן חסות לתכניות

(ב) לא תינתן חסות לתכנית חדשות או לתכנית העוסקת בעניני צרכנות; ואולם רשאי בעל זיכיון, באישור המנהל, לשדר הודעת חסות לתחזית מזג האוויר המשודרת במסגרת תכנית חדשות.

(ג) ציון חסות ייעשה בהודעה המאזכרת את עובדת קבלת החסות, שם נותן החסות ופרטים מזהים על אודותיו.

(ד) אורך הודעת חסות לא יעלה על 10 שניות; היו לתכניות מספר נותני חסות, אורך הודעת חסות אחת לכל נותני החסות לא יעלה על 20 שניות.

(ה) בתכנית אחת לא יהיו יותר מ-6 הפסקות בשעה לצורך שידור הודעות חסות.

(ו) בעל זיכיון רשאי לשדר הודעת חסות בתחילת תכנית ובסיומה, ובעת המעבר למיקבץ פרסומות ובחזרה ממנו. בעל זיכיון רשאי לסטות מזמנים אלה, אם ראה כי אופי התכנית או נותן החסות מצדיקים סטיה כאמור.

11. בעל זיכיון רשאי לכלול בתכניותיו מזכה לגורם מסחרי בתנאים המפורטים להלן:

מתן מזכה

(1) המזכה יכלול את פרטי הסיוע ואת שם הגורם המסייע בלבד, בלי כל תואר או תיאור נוסף בעל תוכן פרסומי או דברי שבח;

(2) המזכה ישובץ צמוד לקטע שלהפקתו סייע הגורם המסחרי; ניתן הסיוע לתכנית כולה, ישובץ המזכה בתחילת התכנית או בסיומה;

(3) לא יינתן מזכה, אם מתן המזכה או זהות מקבלו עלולים ליצור ניגוד ענינים בינם לבין אופי התכנית;

(4) הוראות סעיף 10 יחולו על מזכה, בשינויים המחויבים.

11א. בעל זיכיון רשאי לאזכר את שמו של גורם שעמו הוא משתף פעולה בהפקת תכנית חדשות ארציות, בתחילת תכנית החדשות הארציות, בסיום מקבץ פרסומות המשודר במהלכה, ובסיום התכנית; האזכור יכלול את שם הגורם ופרטים מזהים שלו בלבד, בלי כל תואר או תיאור נוסף בעל תוכן פרסומי או דברי שבח.

אזכור גורם המשתתף בהפקת חדשות ארציות

12. זמן שידור הודעות חסות, מתן מזכה ואזכור שם לפי סעיף 11א בהתאם לכללים לא יבואו במנין זמן תשדירי הפרסומת של בעל זיכיון.

זמן שידור חסות ומזכה

**פרק ו':הכללת שם או מותג מסחרי בשמה של תחנה**

12א. בעל זיכיון רשאי לכלול בשמה של תחנת הרדיו האזורי שהוא מפעיל שם של גורם מסחרי, שם של מוצר או שירות או מותג של גורם מסחרי, או לקרוא לתחנה בשם שיש בו כדי לקדם גורם מסחרי, ובלבד שקיבל את אישור המועצה לכך לפי סעיף 12ב בכתב ומראש, ושיפעל בהתאם לתנאי האישור ולהוראות פרק זה.

הכללת שם או מותג מסחרי בשם תחנה

12ב. (א) בעל זיכיון המבקש אישור לפי פרק זה יגיש למנהל בקשה בכתב; המבקש יצרף לבקשה הסכם חתום בינו לבין הגורם המסחרי שימצה את כל ההבנות שביניהם (להלן – ההסכם), שתוקפו מותנה באישור המועצה ושבו ייקבעו, בין השאר, פרטים, הצהרות והוראות בענינים אלה:

בקשה והסכם

(1) השם המיועד, דרך כתיבתו, רישומו (לוגו) והגייתו;

(2) התמורה, בין בכסף ובין בשווה כסף, דרכי ומועדי נתינתה, והצהרת הצדדים כי לא תינתן תמורה אחרת;

(3) תקופת ההתקשרות, שלא תפחת משישה חודשים;

(4) התחייבות הצדדים כי הגורם המסחרי לא יתערב בכל דרך שהיא בתוכני השידור של התחנה ובאופן ניהולה;

(5) הסכמת הגורם המסחרי כי בעל הזיכיון ימסור לרשות כל מידע או מסמך שתבקש בכל ענין הנוגע להתקשרות ולביצועה;

(6) הצהרת הגורם המסחרי כי אינו מחזיק אמצעי שליטה מסוג כלשהו בבעל זיכיון כלשהו לשידורי רדיו, וכי אם יחזיק אמצעי שליטה כאמור יודיע על כך מיד לבעל הזיכיון ולרשות, והדבר יביא את התקשרות לסיום.

(ב) ניתן אישור לפי פרק זה, לא ישונה ההסכם אלא באישור המועצה מראש לפי סעיף זה.

12ג. (א) ניתן אישור לפי פרק זה, רשאי בעל הזיכיון לשדר תשדירי פרסומת, הודעות חסות, מזכים ואזכורים אחרים של הגורם המסחרי שעמו התקשר, בכפוף לכללים אלה, לכללי האתיקה ולמגבלות אלה:

הגבלת אזכורים

(1) סך כל זמני תשדירי הפרסומות שירכוש, יחד עם כל זמני אזכורו של הגורם המסחרי כחלק משם התחנה, לא יעלה על עשרה אחוזים מזמן שידורי תשדירי הפרסומות בתחנה, אלא בהיתר של המועצה לפי סעיף 85א(ב) לחוק;

(2) סך כל הפעמים שבהם יאוזכר הגורם המסחרי כחלק משם התחנה יחד עם כל אזכור אחר שלו בשידורים, למעט במסגרת תשדירי פרסומת, לא יעלה על חמש עשרה פעמים בשעה;

(3) על אף האמור בפסקה (2), ניתן להגדיל את סך כל האזכורים כאמור בה לעשרים פעמים בשעה, ובלבד שסך כל האזכורים כאמור ביממה לא יעלה על חמש עשרה כפול מספר השעות ביממה שבהן משדר בעל הזיכיון.

(ב) הסתיים הסכם שאושר לפי פרק זה, רשאי בעל הזיכיון לבקש כי הוראות סעיף קטן (א) לא יחולו עוד לגבי אותו גורם מסחרי שעמו נחתם ההסכם, והמועצה תאשר זאת אם שוכנעה כי לא מתקיים ביניהם שיתוף פעולה מסחרי כלשהו.

12ד. (א) בעל הזיכיון לא יקדם בשידוריו בכל דרך שהיא את עסקיו של הגורם המסחרי שעמו התקשר, זולת בהתאם לאמור בפרק זה ובהסכם שנמסר לרשות ואושר על ידי המועצה.

אתיקה

(ב) כללי האתיקה יחולו לענין הכללת מותג מסחרי בשמה של תחנה כאמור בפרק זה.

**פרק ז':שיווק משותף של זמן שידור של פרסומות**

12ה. בפרק זה  –

הגדרות

"בעל ענין" – כהגדרתו בסעיף 1 לחוק יחד עם ההגדרות "במישרין או בעקיפין" ו"ההחזקה" שבסעיף האמור;

"גוף משווק" – תאגיד או גוף אחר הפועל מטעם בעלי הזיכיון המעוניינים בשיווק משותף;

"שיווק משותף" – שיווק של זמן שידור של פרסומות בעבור בעלי הזיכיונות לשידורי רדיו, כולם או חלקם, שאינו למי שמעוניין בשידור פרסומות בתחנת רדיו אזורית אחת.

12ו. שיווק משותף ייעשה לפי כללים אלה ולא יראו בו מכירה או הקצאה לאדם אחד ולא יהיה כפוף למגבלה הקבועה בסעיף 85א(א) רישה בחוק.

שיווק משותף

12ז. הגוף המשווק יפעל לצורך השיווק המשותף בלבד.

מטרת הגוף המשווק

12ח. בעל ענין בגוף המשווק לא יהיה חברת פרסום, סוכנות פרסום, משווק פרסום, רוכש פרסום או גוף המפרסם מודעות או משדר תשדירי פרסומת.

הגבלת פעילות

12ט. ההתקשרות בין הגוף המשווק לבין כל בעל זיכיון (להלן – ההתקשרות) תיעשה בנפרד, באופן שיבטיח את קיום התחרות בין בעלי הזיכיון.

התקשרות נפרדת

12י. (א) ההתקשרות תכלול תניה שלפיה פעילות הגוף המשווק תיעשה בהתאם להוראות כל דין, לרבות כללי הרשות.

תנאי ההתקשרות

(ב) ההתקשרות לא תמנע מבעל הזיכיון להתקשר במישרין עם מפרסם.

(ג) בעל זיכיון רשאי להסכים או לסרב לעסקת פרסום המשווקת על ידי הגוף המשווק, בכפוף לאמור בסעיף 4.

(ד) בעל זיכיון לבדו אחראי לתעריפיהן של הפרסומות, להקצאת הזמן הכולל שלהן, שיבוצן, אישורן לשידור ובדיקת עמידתן בדרישות כל דין.

(ה) אין בהוראות סעיף זה כדי למנוע מן הגוף המשווק לייעץ לבעל הזיכיון בענין חבילות פרסום ופריסת הפרסומות.

12יא. (א) בעל זיכיון שהתקשר עם גוף משווק ימסור על כך הודעה לרשות, בצירוף הסכם ההתקשרות ונספחיו, הצהרה כי המסמכים האמורים ממצים את כל ההבנות בין הצדדים, והתחייבות להודיע לרשות על כל שינוי שיחול בהם.

בדיקת הרשות

(ב) המנהל רשאי להודיע לבעל הזיכיון, בתוך 21 ימים מיום קבלת ההודעה והמסמכים, כי הוא מסתייג מתוכן המסמכים ודורש את תיקונם כדי להתאימם לכללים אלה או להבטיח קיום תחרות; בעל הזיכיון יפעל לפי הנחיות המנהל.

12יב. לזמן שידור של תשדירי תעמולת בחירות לרשויות המקומיות, לא יהיה שיווק משותף.

סייג לתחולה על תעמולת בחירות

**פרק ח':שונות**

13. (א) בעל זיכיון יקליט ויחזיק ברשותו עותק מכל תשדיר פרסומת ששידר למשך 90 ימים לפחות מן היום האחרון ששידרו.

שמירת תשדירים ומסירתם

(ב) המנהל רשאי לתת הוראות בדבר הקלטת תשדירי פרסומת והחזקתם, ולהורות לבעל זיכיון להחזיק בתשדירי פרסומת מסוימים לתקופה העולה על 90 ימים.

(ג) בעל זיכיון ימסור למנהל עותק של תשדיר פרסומת לפי דרישתו.

14. אין בהוראות כללים אלה כדי לגרוע מהוראות כל דין.

שמירת דינים

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | גדעון דורון  יושב ראש מועצת הרשות השניהלטלוויזיה ולרדיו |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |