



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**

**Broj: 02 – 147**  
**Podgorica, 31.01.2018. godine**

Na osnovu člana 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11, 06/13, 55/16 i 92/17) i člana 18 Zakona o upravnom postupku ("Sl. list Crne Gore", br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po službenoj dužnosti, direktor Agencije za elektronske medije donosi

**R J E Š E N J E**

1. Privrednom društvu „Jumedija Mont“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru radijskog programa „Radio D“, izriče se **upozorenje** kao upravno-nadzorna mjera mjera **jer je** u toku radijskog programa dana 28. novembra 2017.g. u terminu od 09:00 do 12:00 sati:
  - a. propustio da komercijalne audiovizuelne komunikacije i radiopromociju kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i audio odvojenom od ostalih programskih sadržaja (što je propisano članom 88 Zakona o elektronskim medijima i čl. 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11)),
  - b. u toku sponzoriranih emisija „Hit dana“ i „Big Bang“ direktno podsticao na kupovinu ili iznajmljivanje usluga sponzora (usluge neživotnog osiguranja i frizersko-kozmetičke usluge), posebnim promotivnim upućivanjem na te usluge (što je zabranjeno članom 95 st. 1 al. 2 Zakona o elektronskim medijima i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
  - a. emitovanja komercijalne audiovizuelne komunikacije koje nijesu jasno prepoznatljive (član 88 Zakona o elektronskim medijima) i emitovanja radiopromocije, kao vida oglašavanja, koja nije prepoznatljiva i audio odvojena od ostalih programskih sadržaja (član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
  - b. neispunjavanja uslova da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 st. 1 al. 2 Zakona o elektronskim medijima i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Jumedija Mont“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasa emitovanje programskih sadržaja u okviru radijskog programa „Radio D“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Jumedija Mont“ d.o.o. iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru radijskog programa „Radio D“ i emisija „Hit dana“ i „Big Bang“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru „Radio D“ upozorenje zbog emitovanja radiopromocije, kao vida oglašavanja, koja nije prepoznatljiva i audio odvojena od ostalih programskih sadržaja, kao i promotivnog upućivanja i direktnog podsticanja na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora“.
5. Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.

6. Ovo rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije [www.ardcg.org](http://www.ardcg.org).
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

### **O b r a z l o ž e n j e**

Redovnim monitoringom emitovanog radijskog programa „Radio D“, privrednog društva „Jumediya Mont“ d.o.o. (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je isti emitovao oglasne i sponzorisane sadržaje u terminu od 09:00 do 12:00 sati.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je pokrenula postupak za utvrđivanje da li došlo do kršenja Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: Zakon), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: Pravilnik) i izdatog Odobrenja za emitovanje O-R-K-10 (nalaz Sektora za monitoring broj 05-1645 od 07.12.2017. godine).

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-1645/1 od 08.12.2017.g.).

Dana 18.12.2017. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje povodom navedenog zahtjeva, u kojem se navodi da je „*nakon dobijanja zahtjeva bez odlaganja inicirao sastanak sa predstavnicima Agencije...u cilju pojašnjenja spornih odredaba, vršenja korekcije uočenih nepravilnosti i otklanjanja svih nedoumica oko daljeg emitovanja oglasnih poruka ili sponzorisanih programa*“.

Emiter posebno navodi da je „*u samom nalazu o poštovanju standarda naznačeno da je u kontrolisanim terminima ispoštovana predviđena kvota oglašavanja po satu emitovanog programa*“, pa ističe „*da su se držali upućujućih zakonskih normi i o tome vodili računa*“.

U izjašnjenju se ukazuje da „*nije postojala nikakva namjera ovog emitera za bilo kakvo svjesno kršenje spornih odredbi*“, zbog čega „*traži razumjevanje za rješavanje predmetnih pitanja i za nastalu situaciju, koju već prevazilazi upodobljavanjem u tražene formate*“.

Takođe, uz izjašnjenje emiter je dostavio ugovore o sponzorisaniu programskih sadržaja i cjenovnik oglasnog prostora, kao akt kojim su regulisana prava i obaveze u vezi sa oglašavanjem ili sponzorisanjem u naznačenom periodu.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih sadržaja došlo do kršenja propisanih standarda o komercijalnim AVM komunikacijama, Agencija je posebno imala u vidu sljedeće:

- članom 88 Zakona je propisano da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva.
- članom 37 st. 1 Pravilnika propisano je da radiopromocija mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja.
- radiopromocija je oblik oglašavanja tokom prenosa programa pri čemu se pravi pauza u dotadašnjem toku uredničkog sadržaja, a voditelj preuzima ulogu prezentera određenih proizvoda ili usluga (član 4 Pravilnika).
- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva učesće fizičkog ili pravnog lica, koje se ne bavi djelatnošću pružanja AVM usluga, niti proizvodnjom audiovizuelnih radova, u finansiranju radijskih i/ili televizijskih programa, s ciljem da promoviše svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 Zakona).
- članom 95 st. 1 al. 2 Zakona i čl. 61 Pravilnika je propisano da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.

Na osnovu uvida u snimke emitovanih sadržaja, može se konstatovati sljedeće:

1. U periodu od 09:00 do 10:00 sati dana 28. novembra 2017. godine, emiter je emitovao oglasne poruke u sljedećim terminima: 09:05:47-09:07:37; 09:15:41-09:15:46; 09:35:02-09:35:20; 09:36:34-09:36:46; 09:46:00-09:46:37 i 09:56:46-09:56:56. Oglasne poruke

emitovane u navedenim terminima nijesu pravilno odvojene od programskog sadržaja korišćenjem odgovarajuće audio oznake (riječi ili zvučni element).

2. U terminu od 10:00 do 11:00 sati dana 28. novembra 2017. godine, emitovane su oglasne poruke u sljedećim terminima: 10:21:55-10:22:05; 10:44:06-10:45:24 i 10:54:04-10:54:51 (ukupno trajanje 2 minuta i 15 sekundi). Od navedenih, oglasne poruke emitovane u terminima od 10:21:55-10:22:05 i 10:54:04-10:54:51 nijesu pravilno odvojene od programskog sadržaja korišćenjem odgovarajuće audio oznake (riječi ili zvučni element).

Takođe, u navedenom satu emitovan je programski sadržaj „Hit dana“, sponzorisan program označen na početku i na kraju emisije, koji kao takav ne bi smio direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjima na robu i usluge sponzora. Nakon najave Hita dana, emitovan je oglas sponzora (10:30:26-10:30:50). Potom se voditelj uključuje u program na način da posebno promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, **što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija):** „Sponzor Hita dana ‘Sava osiguranje’ koje pruža usluge neživotnih osiguranja na crnogorskom tržištu već 18 godina. Biti osiguravajuće društvo koje je na crnogorskom tržištu prepoznato kao pouzdan partner koji pruža usluge najvišeg kvaliteta i sigurnosti“ (10:34:49-10:35:06).

3. U periodu od 11:00 do 12:00 sati dana 28. novembra 2017. godine, emitovane su oglasne poruke u sljedećim terminima: 11:05:31-11:05:40; 11:07:57-11:09:06; 11:19:30- 11:19:41 i 11:34:02-11:34:40 (ukupno trajanje 2 minuta 7 sekundi).

Takođe, u navedenom satu emitovan je programski sadržaj „Big Bang“, sponzorisan program označen na početku i na kraju emisije, koji kao takav ne bi smio direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjima na robu i usluge sponzora. U emitovanom sadržaju od strane voditelja postoji neposredno promotivno upućivanje na sponzora i/ili njegove proizvode, **koje nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija):** „Frizersko-kozmetički studio ‘Lada’, takođe, treba napomenuti da se izdvaja sertifikovano osoblje (spa, wellness, terapeuti, dermatolozi iz Ukrajine) i od usluga pored kozmetičkih i frizerskih, mezoterapija, epilacija, hidrosauna, masaže, itd...Beauty studio ‘Lada’ nalazi se u City kvartu u Podgorici. Tu je svakako i ‘Farmasi’ kozmetika. Poklon za nekog od vas - parfimisani stik koji je bez parabena i štetnih sastojaka i krema. Definitivno koristite za sebe i svoju porodicu prirodnu kozmetiku ‘Farmasi’, a sve informacije možete dobiti ukoliko pozovete 069/867-979“ (11:49:45-11:50:40).

4. Oglasne poruke emitovane dana 28. novembra 2017. godine u sljedećim terminima: 09:05:47-09:07:37; 09:15:41-09:15:46; 09:35:02-09:35:20; 09:36:34-09:36:46; 09:46:00-09:46:37; 09:56:46-09:56:56; 10:21:55-10:22:05; 10:54:04-10:54:51; 11:05:31-11:05:40 i 11:19:30-11:19:41 predstavljaju komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju odnosno oglase, koju emiter nije učinio jasno prepoznatljivom.

Naime, oglasne poruke nisu pravilno odvojene od programskog sadržaja korišćenjem odgovarajuće audio oznake - riječi ili zvučni element (09:05:47-09:07:37; 09:15:41-09:15:46; 09:35:02-09:35:20; 09:36:34-09:36:46; 09:46:00-09:46:37; 09:56:46-09:56:56; 10:21:55-10:22:05 i 10:54:04-10:54:51; 11:05:31-11:05:40 i 11:19:30-11:19:41).

5. Saglasno Zakonu, član 95, sponzor ne smije uticati na sadržaj programa koje sponzorise i ne smije postojati direktno podsticanje na kupovinu ili posebno promotivno upućivanje na proizvode sponzora. Dakle, kod sponzorstva promocija sponzora (imena, robe, aktivnosti) je posredna i ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjereno. Ukoliko se tokom sponzorisanе emisije emituju oglasne poruke ili kojima se preporučuju roba ili usluga sponzora, odnosno vrši promocija aktivnosti sponzora, na takve poruke se primenjuju sva pravila koja inače važe za oglašavanje. Navedeno znači da ukoliko voditelj preuzima ulogu promotera određenih proizvoda/usluga sponzora ili se tokom trajanja emisije ističu unutar programa (uključivanjem ili pominjanjem) proizvodi, usluge ili trgovinski znak sponzora, ovakvo preporučivanje se smatra radiopromocijom.

6. Emitovanjem oglasa sponzora odmah nakon najave sponzorisanog programskog sadržaja „Hit dana“ i upućivanjem na sponzora i njegove proizvode od strane voditelja u nastavku programa, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija), emiter je prekršio član 95 Zakona.
7. Isto kršenje emiter je učinio prilikom emitovanja sponzorisanog programskog sadržaja „Big Bang“, u kom takođe voditelj upućuje na sponzora i njegove proizvode, a koje nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija).

Može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnih sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i obaveze da radiopromocija (kao vid komercijalne audiovizuelne komunikacije) mora biti lako prepoznatljiva i audio odvojena od ostalih programskih sadržaja, bez obzira da li se pruža sa ili bez naknade, kao i da sponzorisan programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-R-K-10 od 21.07.2011. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 88 i 95 st. 1 al. 2 Zakona i čl. 37 st. 1 i 61 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktor Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „Radio D“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Jumediya Mont“ d.o.o. iz Podgorice je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu.

Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

#### **UPUTSTVO O PRAVNOM SREDSTVU**

Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana njegovog dostavljanja.

Dostavljeno:

- Privredno društvo „Jumediya Mont“ d.o.o.
- Arhiva

**DIREKTOR**  
Abaz Belj Džafić

The image shows a circular official stamp of the Agency for Electronic Media (ARDCA) in Podgorica. The stamp contains the text "AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE" and "PODGORICA". Overlaid on the stamp is a handwritten signature in blue ink. Above the signature, the word "DIREKTOR" is printed in bold, and the name "Abaz Belj Džafić" is written in blue ink.