



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 133
Podgorica, 29.01.2018. 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 „**Media International Corporation**“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru radijskog programa „**Radio DRS**“, 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. prekoračio trajanje oglašavanja, koje u programima komercijalnih emitera ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa (što je propisano članom 95 Zakona o elektronskim medijima i čl. 41 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c. u toku sponzoriranih emisija „Meteo izvještaj“, „Stanje na putevima“ i „Bioproгноza“ direktno podsticao na kupovinu ili iznajmljivanje roba i usluga sponzora (ugostiteljske usluge i robe sponzora), posebnim promotivnim upućivanjem na te usluge i robe (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 koja nije jasno prepoznatljiva (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. prekoračenja trajanja oglašavanja od preko 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa (čl. 95 Zakona o elektronskim medijima i čl. 41 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c. 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 „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru radijskog programa „Radio DRS“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru radijskog programa „Radio DRS“ i emisija „Meteo izvještaj“, „Stanje na putovima“ i „Bioproгноza“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru „Radio DRS“ upozorenje zbog emitovanja radiopromocije, kao vida oglašavanja, koja nije bila prepoznatljiva i audio odvojena od ostalih programskih sadržaja, kao i posebnog promotivnog upućivanja na robe ili usluge 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.
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 DRS“, privrednog društva „Media International Corporation“ 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 (nalaz Sektora za monitoring broj 05-1648 od 07.12.2017. godine).

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-13.

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. 02-1648/1 od 08.12.2017.g.).

Dana 18.12.2017. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje povodom navedenog zahtjeva (akt broj 02-1648/2 od 18.12.2017. godine), u kom se navodi da su „u pitanju samo tehničke stvari.

Emiter je naveo da je „jasno propisano da komercijalna komunikacija mora biti odvojena od programskih sadržaja, čega se DRS u potpunosti nije pridržavala“, napominjući da je „u toku otklanjanje te nepravilnosti“.

U nastavku izjašnjenja navodi se da prekoračenje trajanja oglašavanja „ima veze sa gore navedenim problemom“, jer se „radio stanice vode televizijskim ograničenjem od 12 minuta po satu (9 minuta pp + 3 minuta teleshopping), samim tim što imaju nemogućnost realizacije teleshoppinga, radio stanice to koriste na drugi način“.

Takođe, emiter je posebno istakao da „prijatelj ili sponzor kratkih formi ni u kom slučaju ne utiče na sadržaj programa i čitanje poruke prijatelja ili sponzora odvojeno je jasnom najavom voditelja“.

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).
- članom 93 Zakona i članom 41 Pravilnika predviđeno je da u programima komercijalnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa.
- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva učešće 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 emitovane su oglasne poruke u sljedećim terminima: 09:02:08-09:02:49; 09:14:45-09:17:52; 09:33:04-09:36:13; 09:54:22-09:57:20 (ukupno trajanje 9 minuta i 55 sekundi).

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

Takođe, u navedenom satu emitovan je programski sadržaj „Meteo izvještaj“, 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 oglasa sponzora („Capital Plaza“), emitovanog u terminu od 09:03:34-09:04:00, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „U Capital Plaza centru možete posjetiti poslovnice 'Pošte' i obaviti vaše administrativne poslove. Iskoristite pauzu, odmorite uz doručak u 'Boneia Green Bazaru' ili 'Hard Rock Caffè-u'. Posjetite nas. The Capital Plaza" (09:04:26-09:04:40).

U navedenom satu emitovan je i programski sadržaj „Stanje na putevima“, sponzorisan program označen na početku i na kraju emisije. Nakon oglasa sponzora („Emporio Junior“, „City Moda Kids“ i „Sarabanda“), emitovanog u terminu od 09:04:40-09:04:56, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „U dječjim buticima 'Emporio Junior', 'City Moda Kids' i 'Sarabanda' omiljeni komadi na popustu. Jakne 30 odsto, obuća 20 odsto sniženi. Da Vaši mališani budu u trendu - 'City Moda Kids', 'Emporio Junior' i 'Sarabanda' dječji butici" (09:05:35-09:05:50).

U navedenom satu emitovan je i programski sadržaj „Bioproгноza“, sponzorisan program označen na početku emisije. Nakon najave „Bioproгноze“, emitovan je oglas sponzora u terminu od 09:27:37-09:28:07. Potom se voditelj uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „Stručnjak za boi u grlu – Neoangin“ (09:28:22-09:28:25).

Takođe, u navedenom satu emitovan je i oglas sponzora - modnog prijatelja programa „Paradiso“. Nakon oglasa sponzora emitovanog u terminu od 09:49:27-09:49:51, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „A naš modni prijatelj kaže - Zimski modeli dječje obuće u 'Paradiso' radnjama na popustu do čak 40 odsto. Savršen izbor za Vaše mališane. Vaš Paradiso“. Voditelj još dodaje da je u pitanju „najbolji modni prijatelj nadaleko“ (09:49:51-09:49:53).

Saglasno navedenom, ukupno oglašavanje u periodu od 09 do 10 sati iznosilo je 12 minuta i 5 sekundi, čime je prekršena kvota dozvoljenog emitovanja oglasa na sat emitovanog programa.

2. U periodu od 10:00 do 11:00 sati dana 28. novembra 2017. godine emitovane su oglasne poruke u sljedećim terminima: 10:07:27-10:10:30; 10:36:41-10:39:30; 10:51:08-10:54:10 (ukupno trajanje 8 minuta i 54 sekunde).

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

Takođe u navedenom satu je emitovan oglas sponzora dnevnog programa - stambeno-poslovni centar „Karneol“. Nakon oglasa sponzora emitovanog u terminu od 10:17:17-10:17:47, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „Karneol, Vaša nova životna energija. Za više informacija posjetite sajt - orcompany.me" (10:17:47-10:17:59).

U navedenom satu je emitovan oglas sponzora – modnog prijatelja programa „Paradiso“. Nakon oglasa sponzora emitovanog u terminu od 10:47:26-10:47:36, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „Naš modni brat, drug i prijatelj 'Paradiso' poručuje - Još jedan 'Paradiso' modni centar. Ovoga puta u Nikšiću, u Njegoševoj ulici, na zadovoljstvo svih naših klijenata. Obidite druge, pa dođite kod nas. Vaš Paradiso." Voditelj još dodaje „uvijek spreman sa novom kolekcijom, sa novim cijenama" (10:47:36-10:48:00).

Saglasno navedenom, ukupno oglašavanje u periodu od 10 do 11 sati iznosilo je 10 minuta i 10 sekundi, čime je prekršena kvota dozvoljenog emitovanja oglasa na sat emitovanog programa.

3. U periodu od 11:00 do 12:00 sati dana 28. novembra 2017. godine emitovane su oglasne poruke u sljedećim terminima: 11:06:52-11:09:35; 11:13:55-11:17:08 i 11:43:00-11:46:32 (ukupno trajanje 9 minuta i 28 sekundi).

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

Takođe, u navedenom satu emitovan je programski sadržaj „Meteo izvještaj“, sponzorisan program označen na početku i na kraju emisije. Nakon oglasa sponzora („Capital Plaza“), emitovanog u terminu od 11:00:12-11:00:39, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „U okviru Capital Plaza centra posjetite knjižaru 'Obodsko slovo', obradujte sebe dobrom knjigom. Pronađite detalj za svoj dom u 'Coincasi' i salonu dekorativne rasvjete 'Luce Italia'. The Capital Plaza" (11:00:39-11:01:09).

U navedenom satu emitovan je i programski sadržaj „Stanje na putevima“, sponzorisan program označen na početku i na kraju emisije. Nakon oglasa sponzora („Emporio Junior“, „City Moda Kids“ i „Sarabanda“), emitovanog u terminu od 11:01:09-11:01:22, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „U dječjim buticima 'Emporio Junior', 'City Moda Kids' i 'Sarabanda' omiljeni komadi na popustu. Jakne 30 odsto, obuća 20 odsto sniženi. Da Vaši mališani budu u trendu - 'City Moda Kids', 'Emporio Junior' i 'Sarabanda' dječji butici" (11:01:39-11:01:54).

Takođe, u navedenom satu emitovan je i oglas sponzora dnevnog programa - stambeno-poslovni centar „Karneol“. Nakon oglasa sponzora, emitovanog u terminu od 11:37:30-11:38:00, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija): „Naš prijatelj dnevnog druženja - 'Karneol'. Mjesto gdje posao postaje uživanje i uživanje posao. Za više informacija posjetite Facebook stranicu - orcompany" (11:38:00-11:38:13).

Saglasno navedenom, ukupno oglašavanje u periodu od 11 do 12 sati iznosilo je 11 minuta i 36 sekundi, čime je prekršena kvota dozvoljenog emitovanja oglasa na sat emitovanog programa.

4. Oglasne poruke emitovane dana 28. novembra 2017. godine u sljedećim terminima: 09:02:08-09:02:49; 09:14:45-09:17:52; 09:33:04-09:36:13; 09:54:22-09:57:20; 10:07:27-10:10:30; 10:36:41-10:39:30; 10:51:08-10:54:10; 11:06:52-11:09:35; 11:13:55-11:17:08 i 11:43:00-11:46:32 predstavljaju komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju odnosno oglase, koju emiter nije učinio jasno prepoznatljivom, što je suprotno čl. 88 Zakona.

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; 09:46:00-09:46:37; 10:21:55-10:22:05 i 10:54:04-10:54:51), na šta je obavezan saglasno članu 37 Pravilnika.

5. Emiter je prekršio i član 93 Zakona i član 41 Pravilnika, jer je ukupno oglašavanje trajalo duže od propisanih devet minuta po satu emitovanog programa (u periodu od 09 do 10 sati iznosilo je 12 minuta i 5 sekundi; od 10 do 11 sati iznosilo je 10 minuta i 10 sekundi; od 11 do 12 sati iznosilo je 11 minuta i 36 sekundi).
6. Saglasno Zakonu, član 95, sponzorisan program ne smije direktno podsticati na kupovinu ili posebno promotivno upućivati 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 sponzorisane 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.

7. Prilikom emitovanja sponzoriranih sadržaja „Meteo izvještaj“, „Stanje na putevima“ i „Bioproгноza“, nakon emitovanja oglasa sponzora, voditelj se uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzora i njegove proizvode, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija), čime je emiter prekršio član 95 Zakona i čl. 61 Pravilnika. Isto kršenje emiter je učinio tokom dnevnog programa, kada se nakon emitovanja oglasa sponzora dnevnog programa (stambeno-posioivni centar „Karneol“) i prijatelja programa (radnja „Paradiso“) voditelj uključuje u program na način da promotivno upućuje na sponzore i njihove usluge i robe, što nije označeno kao oglasni sadržaj (radiopromocija).
8. Ne mogu se prihvatiti navodi žalbe da se radio emiteri „vode televizijskim ograničenjem od 12 minuta po satu“, obzirom da se iz sadržine ove norme jasno uočava da se ograničenje od 9 minuta odnosi na radio, dok se ograničenje od 12 minuta odnosi na televizije, s obzirom da telešoping kao vid komercijalne audiovizuelne komunikacije emituje samo televizija.

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, propisanog trajanja oglašavanja po satu emitovanja, kao i da sponzorirani 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-13 od 21.07.2011. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 88, 93 i 95 st. 1 al. 2 Zakona i čl. 37 st. 1, 41 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 DRS“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Media International Corporation“ 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 „Media International Corporation“ d.o.o.
- Arhiva

DIREKTOR
Abaz Beli Džafić

