



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 223/3
Podgorica, 27.03.2018. 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 „**Pink M Company**“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „**TV Pink M**“, izriče se **upozorenje** kao upravno-nadzorna mjera **jer je** dana 27. januara 2018. godine, u okviru informativne emisije „Info 2“ u terminu od 18:14:50 do 18:17:21 sati emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (oglašavanje).
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a. emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, što je zabranjeno članom 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11).
 - b. korišćenja telepromocije u informativno-političkim programu, što je zabranjeno članom 53 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama.
3. Nalaže se privrednom društvu „Pink M Company“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV Pink M“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Pink M Company“ d.o.o. iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru emisije „Info 2“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru „TV Pink M“ upozorenje zbog emitovanja prikrivenog oglašavanja, odnosno telepromocije u informativnom programu, prilikom emitovanja priloga u okviru emisije „Info 2“, dana 27.01.2018. godine“.
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.ardca.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „TV Pink M“, privrednog društva „Pink M Company“ d.o.o. (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je isti dana 27. januara 2018. godine emitovao prilog u okviru informativne emisije „Info 2“ u terminu od 18:14:50 do 18:17:21 sati, u vezi sa poslovanjem porodične vinarije Branislava Milovića iz Ulcinja – vinarija „Milović“ (nalaz Sektora za monitoring broj 05-223 od 12.02.2018. godine).

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešće ovih sadržaja u emisiji „Info 2“, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja člana 85 stav 1, 88 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), člana 13

stav 1 i 2, 53 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: "Pravilnik") i tač. 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-14.

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. 02-223/1 od 13.02.2018.g.).

Dana 15.02.2018. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje povodom navedenog zahtjeva (akt broj 02-223/2 od 15.02.2018. godine), u kom se navodi da je „dana 27.01.2018. godine TV Pink M, u okviru emisije INFO2, emitovala prilog u vezi sa pozitivnim primjerom privrednika iz Ulcinja”.

Emiter je istakao da „posrijedi nije 'skrivena promocija' odnosno 'pokrivena audio-vizuelna komunikacija', već striktno informativni izvještaj novinara sa terena o pozitivnom primjeru male i srednje privrede edukativnog karaktera” i posebno napominje da „novac za emitovanje nije primijen”.

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

- Pokrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija je predstavljanje riječima ili slikama robe, usluga, imena, zaštitnog znaka ili aktivnosti proizvođača roba ili pružaoca usluga u radijskim i/ili TV programima kada je cilj takvog predstavljanja oglašavanje i moglo bi dovesti javnost u zabludu u vezi sa njegovom prirodom. Takvo se predstavljanje naročito smatra namjernim ako je izvršeno u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu (član 8 stav 1 tač. 15 Zakona).
- Telepromocija, prema članu 4 st. 1 tačka m) Pravilnika, predstavlja oblik oglašavanja tokom prenosa programa pri čemu se pravi pauza u dotadašnjem toku uredničkog sadržaja, a voditelj preuzima ulogu prezentera određenih proizvoda ili usluga.
- Članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika zabranjene su pokrivena i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.
- Članom 88 Zakona predviđeno je da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva i može biti u obliku: radijskog i televizijskog oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda.
- Pored toga, članom 13 stav 2 Pravilnika propisano je da će se namjera predstavljanja pokrivenim komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama smatrati posebno istaknutom ukoliko je izvršena u zamjenu za novčanu nadoknadu ili sličnu protivuslugu.
- Pored toga, članom 53 stav 1 Pravilnika propisano je da se telepromocija se ne smije koristiti u dječjim, vjerskim i informativno-političkim programima i programima o tekućim događajima.

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

1. Emiter je dana 27. januara 2018. godine, u okviru informativne emisije „Info 2”, u terminu od 18:14:50 do 18:17:21 sati (2 minuta 31 sekunda), emitovao prilog u vezi sa poslovanjem porodične vinarije Branislava Milovića iz Ulcinja – vinarija „Milović”.
2. U nastavku je dat transkript emitovanog programskog sadržaja:

Najava: „Da kvalitet uvijek nađe tržište, potvrđuje primjer vinara Branislava Milovića iz Ulcinja. Ljubav prema vinu pretvorio je u malu porodičnu vinariju i uspješan biznis. Naša ekipa posjetila je porodicu Milović, čija su vina našla mjesto u brojnim hotelima i restoranima”.

Novinarski tekst (OFF): "Ulcinjani Branislav Milović jedini je koji se bavi vinskim turizmom u najjužnijoj crnogorskoj opštini. Na prostoru od nekoliko hiljada hektara nalazi se vinograd od 18.000 čokota, od čega se godišnje proizvede oko 20.000 flaša vina”.

Branislav Milović: "Proizvodimo nekih četiri-pet etiketa vina sorte 'Vranac', vrhunskog kvaliteta. Možemo se pohvaliti da smo zastupljeni na najboljim i najrenomiranijim mjestima u

Crnoj Gori od Porto Montenegro do Regent-a gdje smo 'vino kuće', Svetog Stefana i ekskluzivnih restorana i hotela po Crnoj Gori".

Novinarski tekst (OFF): „U ovaj posao Milovići su ušli 2007. godine. Od porodičnog biznisa danas su napravili ozbiljno preduzeće koje tokom sezone nudi posao. No, pored vinograda u sastavu kompleksa su zasadi maslina i mandrarina. A u ponudi su i apartmani sa brojnim rekreativnim sadržajima".

Branislav Milović: „Trebalo bi još da ima, nekih, da je makar desetak apartmana da bi smo mogli adekvatno pristupiti i dati ponudu turistima koji bi došli".

Novinarski tekst (OFF): „Pored domaćih, gosti dolaze iz regiona, ali i zemalja Evropske unije. No, ipak najbrojniji su iz tzv. zemlje vina".

Branislav Milović: „Najviše iz Francuske, oni najviše prepoznaju to i uživaju da dođu, da obiđu, da vide, jer je ipak Francuska zemlja vina".

Novinarski tekst (OFF): „Zadovoljan je, kaže Milović, prošlogodišnjom turističkom sezonom. No, očekivanja od predstojeće su velika, jer su dogovorili saradnju sa kompanijom „Karisma", zakupcem Ulcinjske rivijere".

Branislav Milović: „Taj dogovor sa „Karisma-om daje nam veliku nadu i veliki optimizam da će ova sezona biti još mnogo bolja i očekivanja su takva da bude pozitivnija i da mi što bolje poslujemo i da što bolje idemo naprijed".

Novinarski tekst (OFF): „Proizvodi iz ove vinarije dobitnici su velikog broja priznanja na prestižnim međunarodnim takmičenjima, a Ulcinj daje mogućnost razvoja uspješnih biznisa".

Emitovani programski sadržaj je snimljen u prostorijama vinarije „Milović", scenski smješteno u prostor sa izloženim proizvodima vinarije (vino „Status"), koji su vidljivi tokom trajanja priloga, uz povremena krupna kadriranja. Novinar i sagovornik na stolu ispred imaju čaše sa vinom, kojim nazdravljaju. Pored navedenog, prilog se pokriva i kadrovima vinograda i kadrovima unutrašnjosti turističkog objekta. Takođe, koriste se i snimci iz vazduha turističkog objekta koji po svom karakteru više ukazuju na promotivni materijal nego na urednički sadržaj.

3. S obzirom da se postojanje prikrivenog oglašavanja sagledava kroz prisustvo promotivnog elementa u cilju dovođenja gledalaca u zabludu, može se zaključiti da se u predmetnom slučaju radi o ovom vidu kršenja standarda o oglašavanju.
4. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranog sadržaja i izjašnjenje emitera, može se zaključiti da je u prilogu u vezi sa poslovanjem porodične vinarije Branislava Milovića iz Ulcinja – vinarija „Milović" riječ o telepromociji kao vidu oglašavanja. Vinarija je predstavljena na način da je cilj takvog predstavljanja oglašavanje i moglo bi dovesti javnost u zabludu u vezi sa njegovom prirodom.
5. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu, finansijska nadoknada) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:

- da li je kroz opisivanje predstavljen poslovni subjekt i njegovi proizvodi na način da se preporučuje subjekat i njegovi proizvodi uz isticanje prednosti ponude, ili se gledaocu obraća kao potencijalnom potrošaču. U emitovanom sadržaju vinarija o kojoj je prilog snimljen je predstavljena na način da se promovišu proizvodi i usluge gledaocima kao potrošačima. Prilog sadrži jasne promotivne poruke lica koje proizvodi i prodaje vino („Proizvodimo nekih četiri-pet etiketa vina sorte 'Vranac', vrhunskog kvaliteta. Možemo se pohvaliti da smo zastupljeni na najboljim i najrenomiranijim mjestima u Crnoj Gori od Porto Montenegro do Regent-a gdje smo 'vino kuće'"). Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da, u formi novinarskog priloga, upoznaju gledaoce sa mogućnostima koje preduzetništvo nudi, kroz pozitivne i uspješne primjere, predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku informativne emisije. Jer, u njemu značajnu

ulogu imaju informacije od značaja za samo ovog proizvođača, kao i dostupnosti njegovih vina na tržištu;

- da li analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode. Uvidom u sadržaj utvrđuje se da je gledalac mogao biti doveden u zabludu, a takvo dovodenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji sadržaj prezentuje ponudu. Prilog direktno promovise vinariju, turističku ponudu objekta („u ponudi su i apartmani sa brojnim rekreativnim sadržajima“) i ima za cilj da predstavi i skrene pažnju na njene sadržaje, kao i preduzeće kao poslodavca („od porodičnog biznisa danas su napravili ozbiljno preduzeće koje tokom sezone nudi posad“), ali nije jasno odvojeno od programskog sadržaja tokom kojeg je emitovano i prepoznatljivo kao oglasni sadržaj.

- Iako je u izjašnjenju navedeno da prilog nije imao za cilj prikriveno oglašavanje (telepromociju), već prilog predstavlja „striktno informativni izvještaj novinara sa terena o pozitivnom primjeru male i srednje privrede edukativnog karaktera“, iz sadržine priloga se utvrđuje da prilog ima dominantno promotivan karakter, naročito jer je scenski smješten u prostor sa izloženim proizvodima vinarije (vino „Status“), koji su vidljivi tokom trajanja priloga, uz povremena krupna kadriranja.

6. Emitovanjem priloga kojim se predstavlja vinarija i njena ponuda u informativnoj emisiji, emiter je prekršio član 53 stav 1 Pravilnika, kojim je zabranjeno korišćenje telepromocije u informativno-političkim programima.

Može se zaključiti da je emitovanjem predmetnih sadržaja emiter prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i korišćenja telepromocije u informativno-političkim programima.

Na osnovu navedenog, nesporno se može utvrditi da je emiter prekršio čl. 85 stav 1 Zakona, čl. 13 stav 1 i 53 Pravilnika i tačku 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-14 od 21.07.2011. godine, kojim je propisano da je emiter odgovoran za sadržinu emitovanog programa.

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 „TV Pink M“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Pink M Company“ 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 će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.ardca.org.

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 „Pink M Company“ d.o.o.
- Arhiva

**DIREKTOR**
Abaz Džafić