



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 468/4
Podgorica, 24.06.2020. godine

Na osnovu člana 40, 139, 140, 141, 143 i 144 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 i 116 Zakona o upravnom postupku ("Sl. list Crne Gore", br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po anonimnom prigovoru (akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-468 od 02.06.2020. godine), direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Prihvata se anonimni prigovor, akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-468 od 02.06.2020.g. i Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice, javnom emiteru opšteg televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“ (TVCG2), izriče se upozorenje, kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 01. juna 2020.g., u okviru programskog sadržaja „*Ko to tamo pjeva*“:
 - emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju (oglašavanje kompanija „*Uno*“ d.o.o., „*Planika Montenegro*“ d.o.o., butika „*Bata*“) i propustio da oglašavanje (telepromociju) učini jasno prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja,
 - propustio da na primjeren način gledaoce obavijesti da se radilo o sponzorisanoj programskoj sadržaju,
 - direktno podsticao na kupovinu robe sponzora programskog sadržaja.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (čl. 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11)),
 - b) kršenja obaveze emitera da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja (čl. 89 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c) kršenja obaveze emitera da kada je program sponzorisanoj u cjelini ili djelimično jasno označi da se radi o sponzorisanoj programskoj sadržaju (čl. 95 st. 1 tač. 4 Zakona o elektronskim medijima i čl. 58 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - d) kršenja uslova da sponzorisanoj programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu robe sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu (čl. 95 st. 1 tač. 2 Zakona o elektronskim medijima i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice, da usaglasio emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TVCG2“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Javno preduzeće „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „TVCG2“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je javnom emiteru opšteg televizijskog programa 'Drugi program Televizije Crne Gore' upozorenje zbog toga što je dana 01. juna 2020.g., u okviru programskog sadržaja 'Ko to tamo pjeva', emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Pored toga, emiter je propustio da na primjeren način obavijesti gledaoce da se radilo o sponzorisanoj programskoj sadržaju, dok je u samoj emisiji vršeno direktno podsticanje na kupovinu robe sponzora, što je zabranjeno Zakonom.“

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.aemcg.org.
7. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Dana 02. juna 2020. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) dostavljen je anonimni prigovor na rad Javnog preduzeća „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice (u daljem tekstu: „emiter“), javnog emitera opšteg televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“ - TVCG2 (akt zaveden kod Agencije pod br. 02-468 od 02.06.2020.g.).

U prigovoru se navodi da emiter „u toku emisije 'Ko to tamo pjeva' nije obilježio telepromotivni sadržaj i da je time pokušao da izbjegne graničnu kvotu oglašavanja“, te da je „voditelj promovisao butike 'Uno' i 'Batu'...“.

Polazeći od navedenog prigovora, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je prigovor osnovan, odnosno da li je došlo do kršenja Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“) i Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“).

Po tom osnovu, Sektor za monitoring Agencije je nakon uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja emitera sačinio nalaz dana 03.06.2020. godine (akt broj 02-468/1 od 03.06.2020.g.).

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornog programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-468/2 od 10.06.2020.g.).

Emiter je dana 17. juna 2020. godine dostavio pisano izjašnjenje na navode iz prigovora (akt zaveden kod Agencije pod br. 02-468/3 od 17.06.2020.g.). U izjašnjenju se navodi da je „... do... propusta došlo iz razloga što je prilikom realizacije... emisije češće dolazilo do tehničkih problema, koji su rezultirali neisticanjem markice 'telepromocija“.

Na kraju izjašnjenja emiter navodi da su „saglasni sa propustom..., ali da nije bila namjera da se prikrije komercijalna komunikacija, posebno imajući u vidu da imaju potpisane ugovore sa sponzorima, vezano za taj programski sadržaj“, kao i da se „nadaju da će Agencija imati razumijevanja za njihove... greške, a koje se javljaju u programu prilikom upotrebe novog sistema koji je od nedavno u primjeni...“. Emiter je u prilogu izjašnjenja dostavio i ugovore zaključene sa kompanijama „Uno“ d.o.o. i „Planika Montenegro“ d.o.o. (akti zavedeni kod emitera pod br. 01-2459 od 12.05.2020.g. i 01-2460 od 12.05.2020.g.).

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

- oglašavanje je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva emitovanje bilo kog oblika obavještenja, uz određenu naknadu ili radi samopromovisanja, od strane pravnog ili fizičkog lica, a koje ima za cilj da predstavi i skrene pažnju na određeni proizvod ili uslugu, uključujući nepokretnosti, prava, obaveze, odnosno da motiviše potrošače da koriste, odnosno kupe taj proizvod ili uslugu, uz finansijsku naknadu (član 8 stav 1 tač. 14 Zakona i član 4 stav 1 tačka b) Pravilnika).
- prikrivena 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 15 Zakona).

- 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 promoviraju svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 stav 1 tač. 17 Zakona).
- telepromocija 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 (član 4 st. 1 tačka m) Pravilnika).
- članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika zabranjene su prikrivene 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.
- član 89 stav 1 Zakona i član 37 stav 1 Pravilnika predviđaju da radijsko i televizijsko oglašavanje i telešoping moraju biti lako prepoznatljivi i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeni od ostalih programskih sadržaja.
- član 95 stav 1 tač. 3 i tač. 4 Zakona, kao i član 58 stav 1 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama predviđaju da sponzorisanе AVM usluge ili programi moraju jasno biti označeni da su sponzorisani i da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.
- član 95 stav 1 tač. 2 Zakona, kao i član 61 Pravilnika propisuju da sponzorisanе AVM usluge i programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge.

Na osnovu navoda sadržanih u prigovoru, uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja, kao i izjašnjenja emitera, Agencija konstatuje sljedeće:

1. Emiter je dana 01.06.2020. godine, u terminu od 20:06:31 do 20:26:59 sati, emitovao emisiju zabavnog programa, online nadmetanje dvoje takmičara u prepoznavanju muzičkih numera, pod nazivom „Ko to tamo pjeva“.

Tokom najave, voditelj govori o terminima emisije i izgovara tekst sadržaja koji je dat u nastavku: Novinarski tekst (voditelj): „*Ako gledaoci gledaju u regularnom, premijernom terminu, onda mogu učestvovati u našoj nagradnoj igri na kraju emisije. A ako gledaju reprizu, onda nek' se fino zabavljaju, neka uživaju u pogađanju naših pjesama.*“

U okviru navedenog programskog sadržaja, nakon takmičarskog dijela, u terminu od 20:24:51 do 20:25:52 sati (1 minut 1 sekund), voditelj u studiju izgovara tekst:

Novinarski tekst (voditelj): „*Ja ću sad prozvati nagradno pitanje za naše gledaoce. Samo prije toga da kažem da su, naravno, sponzori kompanija 'UNO' iz Nikšića d.o.o. i 'Bata'. Dakle, 'UNO' je vodeći lanac prodavnica obuće u Crnoj Gori, sa kvalitetnom ponudom, prepoznatljivom uslugom i najpovoljnijim načinima plaćanja i ima razne brendove. Tu su sve: Liu Jo, Karl Lagerfeld, Iceberg, Guess, Replay, Paciotti, Hilfiger, Puma, Adidas i brojni drugi. A 'Bata' je sa tradicijom dugom 125 godina, opet u Podgorici, u potpuno novom izdanju i u luksuznom enterijeru u Ulici Moskovskoj broj 24. Ista je tradicija, ali potpuno novi stil 'Bata'. E sad, nagradno pitanje za naše gledaoce, iste stvari, pogodite kako se zove pjevač, pjevačica ili grupa, koje su prve četiri riječi teksta i kako je tačan naziv pjesme. Dakle, vodite računa ekavica, ijekavica, sve je bitno, samo nemojte praviti nikakve greške, jer to ne priznajemo onda. I naravno, preko Facebook stranice, kviz 'Ko to tamo pjeva', odgovarajte u komentaru, na naš post. Sad.*“

Tokom navedenog segmenta programskog sadržaja na većem dijelu ekrana prikazan je voditelj, dok se u lijevom i desnom donjem dijelu ekrana prikazuju logo oznake brendova „Bata” i „UNO”.

U nastavku je emitovan audio snimak muzičke numere na koju se odnosi nagradna igra. Za to vrijeme, preko cijelog ekrana prikazana je grafika sa nagradnim pitanjima: *'Ime izvođača? Naziv pjesme? Prve 4 riječi?'*, dok je u donjem dijelu ekrana prikazan naziv Facebook stranice putem koje je moguće učestvovati u nagradnoj igri: *@Kviz „Ko to tamo pjeva”*.

Nakon poziva za učešće u nagradnoj igri, u terminu od 20:26:12 do 20:26:30 sati (18 sekundi), voditelj izgovara tekst koji je dat u nastavku:

Novinarski tekst (voditelj): *„E, to je bilo to, naše nagradno pitanje. 'UNO', 'Planika' imaju svakako za vas i 'Bata' vaučere. Dogovorili smo se da svi imate po 40 eura vaučera za nešto što će možda biti neki ljetnji artikal koji ćete imati, svi učesnici, ali vidjećemo do kraja biće i jedna specijalna nagrada za pobjednika ovog našeg kviza.”*

Tokom opisanih dijelova programskog sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije (telepromocija, plaćeni termin i si.).

Na početku i na kraju emitovanog programskog sadržaja nije emitovano obavještenje o postojanju sponzora programa.

2. Predmetni segment programskog sadržaja „*Ko to tamo pjeva*” se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku emisije / programa, jer u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja samo za kompanije „*Und*” d.o.o. i „*Planika Montenegro*” d.o.o., kao i butik „*Bata*”, odnosno robu / obuću („*Liu Jo*”, „*Karl Lagerfeld*”, „*Iceberg*”, „*Guess*”, „*Replay*”, „*Paciotti*”, „*Hilfiger*”, „*Puma*”, „*Adidas*”) koja se nalazi u njihovim ponudama („... *'UNO' je vodeći lanac prodavnica obuće u Crnoj Gori, sa kvalitetnom ponudom, prepoznatljivom uslugom i najpovoljnijim načinima plaćanja i ima razne brendove. Tu su sve: 'Liu Jo', 'Karl Lagerfeld', 'Iceberg', 'Guess', 'Replay', 'Paciotti', 'Hilfiger', 'Puma', 'Adidas' i brojni drugi*”, „*'Bata' je sa tradicijom dugom 125 godina, opet u Podgorici... u luksuznom enterijeru u Ulici Moskovskoj broj 24*”, „*'UNO', 'Planika' imaju... za vas i 'Bata' vaučere...*”, prikazivanje logoa kompanije „*Und*” i brenda „*Bata*” u toku predmetnog programskog sadržaja). Voditelj je preuzeo ulogu promotera ponuda gorenavedenih poslovnih subjekata, odnosno robe (obuće) koja se nalazi u njihovim ponudama kroz navode „... *'UNO' je vodeći lanac prodavnica obuće u Crnoj Gori, sa kvalitetnom ponudom, prepoznatljivom uslugom i najpovoljnijim načinima plaćanja i ima razne brendove. Tu su sve: 'Liu Jo', 'Karl Lagerfeld', 'Iceberg', 'Guess', 'Replay', 'Paciotti', 'Hilfiger', 'Puma', 'Adidas' i brojni drugi*”, „*'Bata' je sa tradicijom dugom 125 godina, opet u Podgorici... u luksuznom enterijeru u Ulici Moskovskoj broj 24...*”, „*'UNO', 'Planika' imaju... za vas i 'Bata' vaučere. Dogovorili smo se da svi imate po 40 eura vaučera za nešto što će... biti neki ljetnji artikal...*”), a sve to bez oznake da se radilo o oglašavanju (telepromociji).
3. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, predmetni segment programskog sadržaja „*Ko to tamo pjeva*” može se okarakterisati kao prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija, odnosno oglašavanje, posebno imajući u vidu sledeće:
 - predmetnim sadržajem su predstavljeni konkretani poslovni subjekti i njihova ponuda (kompanije kompanije „*Und*” d.o.o. i „*Planika Montenegro*” d.o.o., kao i butik „*Bata*”), sa jasnim promotivnim elementima („... *'UNO' je vodeći lanac prodavnica obuće u Crnoj Gori, sa kvalitetnom ponudom, prepoznatljivom uslugom i najpovoljnijim načinima plaćanja i ima razne brendove. Tu su sve: 'Liu Jo', 'Karl Lagerfeld', 'Iceberg', 'Guess', 'Replay', 'Paciotti', 'Hilfiger', 'Puma', 'Adidas' i brojni drugi*”, „*'Bata' je sa tradicijom dugom 125 godina, opet u Podgorici... u luksuznom enterijeru u Ulici Moskovskoj broj 24*”, „*'UNO', 'Planika' imaju... za vas i 'Bata' vaučere...*”), odnosno porukama koje predstavljaju obraćanje gledaocima, kao potencijalnim kupcima robe / obuće iz ponude ovih kompanija.
 - predmetni sadržaj može dovesti u zabludu gledaoce u pogledu njegove stvarne prirode. Formulisan je na način koji je pogodan da uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode. To je prevashodno moguće zbog načina na koji je predmetni sadržaj predstavljao ponudu kompanija / butika i to kako kroz najavu sadržaja kao nagradne igre u okviru emisije zabavnog programa („*Ako gledaoci gledaju u regularnom, premijernom terminu, onda mogu učestvovati u našoj nagradnoj igri na*

kraju emisije"), tako i kroz navode voditelja („Ja ću sad prozvati nagradno pitanje za naše gledaoce. Samo prije toga da kažem da su, naravno, sponzori kompanija 'UNO' iz Nikšića d.o.o. i 'Bata'....", „'UNO', 'Planika' imaju... za vas i 'Bata' vaučere. Dogovorili smo se da svi imate po 40 eura vaučera za nešto što će... biti neki ljetnji artikal koji ćete imati, svi učesnici...).

4. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranog programskog sadržaja i izjašnjenja emitera, može se zaključiti da je isti sadržao telepromociju, kao vid oglašavanja odnosno komercijalne audiovizuelne komunikacije, koja nije bila jasno označena i na taj način prepoznatljiva (kao što je propisano članom 89 stav 1 Zakona i članom 37 stav 1 Pravilnika). Emiter svojim izjašnjenjem potvrđuje prisustvo ovakvog vida oglašavanja i izostanak njegovog označavanja („*Utvdili smo da je do... propusta došlo iz razloga što je prilikom realizacije... emisije češće dolazilo do tehničkih problema, koji su rezultirali neisticanjem markice 'telepromocija', „saglasni smo sa propustom koji je evidentiran, ali želimo istaći da nije namjera da se prikrije komercijalna komunikacija...“*). Činjenica da je izostanak nastao iz tehničkih razloga („*Nadamo se da ćete imati razumijevanja za... greške... koje se javljaju u programu prilikom upotrebe novog sistema...“*), ne može predstavljati olakšavajuću okolnost za kršenje obaveze da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno označena i prepoznatljiva, posebno jer se u smislu člana 13 stav 2 Pravilnika namjera predstavljanja prikrivenim komercijalnim AV komunikacijama smatra posebno istaknutom ukoliko je izvršena u zamjenu za novčanu nadoknadu, što je emiter potvrdio kako izjašnjenjem tako i dostavljenim ugovorima („*... želimo istaći da nije namjera da se prikrije komercijalna komunikacija, posebno imajući u vidu da imamo potpisane ugovore sa sponzorima, vezano za ovaj programski sadržaj“*).
5. Na samom početku spornog programskog sadržaja voditelj je naveo da su sponzori programa „*kompanija 'UNO' iz Nikšića i butik 'Bata'*“. Emiter je postojanje sponzorstva potvrdio u izjašnjenju navodeći da „*... imaju potpisane ugovore sa sponzorima, vezano za... programski sadržaj*“, što je potkrijepio i kopijama ugovora u prilogu izjašnjenja (akti zavedeni kod emitera pod br. 01-2459 od 12.05.2020.g. i 01-2460 od 12.05.2020.g.).

S obzirom da je emitovani programski sadržaj „*Ko to tamo pjeva*“ emitovan bez naznake da se radilo o sponzorisanom programskom sadržaju, nesporno se može zaključiti da je emiter u predmetnom slučaju prekršio član 95 stav 1 tač. 3 i tač. 4 Zakona, kao i član 58 stav 1 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama koji predviđaju da sponzorisanе AVМ usluge ili programi moraju jasno biti označeni da su sponzorisani i da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljiv znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.

6. S obzirom da je voditelj programskog sadržaja „*Ko to tamo pjeva*“ poslao jasnu promotivnu poruku kojom su predstavljene gorepomenute kompanije i kojom je ukazao na atraktivnost njihove ponude („*... 'UNO' je vodeći lanac prodavnica obuće u Crnoj Gori, sa kvalitetnom ponudom, prepoznatljivom uslugom i najpovoljnijim načinima plaćanja i ima razne brendove. Tu su sve: 'Liu Jo', 'Karl Lagerfeld', 'Iceberg', 'Guess', 'Replay', 'Paciotti', 'Hilfiger', 'Puma', 'Adidas' i brojni drugi*“, „*'Bata' je sa tradicijom dugom 125 godina, opet u Podgorici... u luksuznom enterijeru u Ulici Moskovskoj broj 24*“, „*'UNO', 'Planika' imaju... za vas i 'Bata' vaučere...“*), a sve sa ciljem da se motivišu gledaoци da kupe obuću iz njihove ponude, nesporno je da je emiter na taj način prekršio i član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika koji propisuju da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-02 od 25.01.2013.g. emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emitovanjem predmetnog programskog sadržaja prekršio čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1 i čl. 95 st. 1 tač. 2, 3 i 4 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1, čl. 61 Pravilnika, kao i tač. 2.2. Odobrenja za emitovanje. Emiter je prekršio standarde o komercijalnim AV komunikacijama u dijelu emitovanja prikrivene komercijalne AV komunikacije, odnosno propuštanja da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Pored toga, emiter je propustio da na primjeren način obavijesti

gledaoce da se radilo o sponzorisanom programskom sadržaju, dok je u samoj emisiji vršeno direktno podsticanje na kupovinu robe sponzora, što je zabranjeno Zakonom.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktor Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „TVCG2“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona 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.

Žalba odlaže izvršenje rješenja.

Dostavljeno:

- Javno preduzeće „Radio i Televizija Crna Gore“
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva

