



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

**Broj: 02 –1201/3**  
**Podgorica, 19.12.2021. godine**

Na osnovu čl. 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11, 06/13, 55/16, 92/17 i 82/20) 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 „Lokalni javni emiter Radio televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „Gradska televizija“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 03. oktobra 2021. godine, u okviru programskog sadržaja „Računajte na nas“, u terminu od 10:16:30 do 10:29:31 sati (13 minuta 1 sekund):
  - emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju (oglašavanje), odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini jasno prepoznatljivom;
  - direktno podsticao na kupovinu robe sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu;
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 da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i audio, vizuelno i/ili prostorno odvoji od ostalih programskih sadržaja (čl. 89 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
  - c) kršenja uslova da sponzorisan 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 privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Gradska televizija“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odbrenju za emitovanje.
4. Protiv ovog Rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.
5. Ovo Rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org).
6. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

**O b r a z l o ž e n j e**

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „Gradska televizija“, privrednog društva „Lokalni javni emiter Radio televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: „emiter“), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je emiter dana 03. oktobra 2021.g., u okviru opšteg televizijskog programa „Gradska televizija“, u terminu od 10:16:30 do 10:29:31 sati (13 minuta 1 sekund),

emitovao emisiju „Računajte na nas“. Monitoringom je utvrđeno da je ovaj programski sadržaj sadržao i elemente komercijalne AV komunikacije (nalaz Sektora za monitoring broj 02-1201 od 15.11.2021. godine).

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešću ovih sadržaja u okviru emitovanog priloga, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li došlo do kršenja čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1 i i 95 st. tač. 2 i 4 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), čl. 13 st. 1 i st. 2, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1 i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.2. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-10.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornog programskog sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-1201/1 od 19.11.2021.g.).

Dana 26. novembra 2021.g. emiter je dostavio pisano izjašnjenje (akt br. 02-1201/2 od 25.11.2021.g.) u kom je naveo da je „... format 'Računajte na nas' je humanitarnog karaktera, čiji je osnovni cilj pomoć socijalno ugroženim porodicama na teritoriji Glavnog grada“. Emiter je naveo je saglasno Zakonu „jasno označen prijatelj emisije uvodnom i završnom špicom 'prijatelj emisije Idea““. Nadalje, emiter je naveo da je „kada je u pitanju kompanija Obuća Minja... ne ostvaruju komercijalne prirode po predmetnom osnovu“, kao i da su smatrali da je „dovoljno što je voditeljka kroz najavu istakla da se radi o prijatelju humanitarnog formata.“ Na kraju emiter navodi da „što se tiče navoda koji se odnose na dječiju kuću UP, ni po osnovu njihovog učešća ne ostvaruju komercijalne prihode“.

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 promovise svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 stav 1 tačka 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.
- sponzorisanе AVM usluge i programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika).

Na osnovu uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja, kao i izjašnjenja emitera može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 03. oktobra 2021. godine, emitovao emisiju „Računajte na nas“, u terminu od 10:16:30 do 10:29:31 sati (13 minuta 1 sekund), čiji opis je dat u nastavku.
2. Navedeni programski sadržaj „Računajte na nas“ je emisija humanitarnog karaktera čiji je osnovni cilj pomoć socijalno ugroženim porodicama.

Na samom početku emisije prikazana je devetočlana porodica Coković, uz predstavljanje njihove životne priče i ambijenta u kojem stanuju.

Navedeni dio programskog sadržaja pokriven je uglavnom kadrovima članova navedene porodice, ali i kadrovima unutrašnjosti i spoljašnjosti kuće u kojoj stanuju.

Potom slijedi segment programa opisan u nastavku.

**Novinarski tekst (OFF):** „Prijatelji projekta 'Idea' marketi spremni su za novi zadatak. Udruženi, želimo da pomognemo porodici Coković. Sa nama je i ekipa 'Morsovaca', sa kojima smo izabrali sve potrebne namirnice.“

**Maja Boljević – Merkator CG:** „Cilj naše ekipe jeste da na zabavan i edukativan način utičemo na svijest mališana o važnosti očuvanja prirode, a isto tako da podstaknemo na pozitivne promjene u društvu, među svim generacijama. Ovog puta fokus je na ugrožene životinjske vrste u moru. Plišani likovi pod nazivom 'Morsovc' nose snažnu poruku, a to je da utiču na svijest mališana za održavanje prirode i životne sredine, sa naglaskom na zaštićene i ugrožene životinjske vrste u morskim dubinama.“

*Družina od sedam plišanih likova, koji predstavljaju morske životinje čine ekipu zvanu 'Morsovc'. U našem Jadranskom moru žive ajkula Šarki, kornjača Toni Kornjačoni i morski konjić Rito Apetito. Njima se pridružuju njihovi prijatelji iz udaljenih krajeva, pa tako iz hladnih mora stižu pingvin Pingo Ringo i morž Žorž. Dok iz toplih voda Indijskog i Tihog okeana dolazi riba klovn Riba Biba. Iako krokodile najčešće povezuju s rijekama i močvarama, član morske ekipe je i krokodil Kroko Koko, koji živi u morima jugoistočne Azije i Australije, te ponosno nosi titulu najveće vrste krokodila.*

*Za svakih potrošenih četiri eura, potrošači dobijaju jednu naljepnicu. Sakupljanje naljepnica traje do 3. novembra. Potom svog omiljenog plišanog lika mogu kupiti po cijeni od 0,99 uz 40 sakupljenih naljepnica, ili po cijeni od 6,99 za 20 sakupljenih naljepnica. Sve do 17. novembra, ili do isteka zaliha. Još jedna bitna informacija je da svake druge nedjelje u ponudi 'Idea' prodavnica nalaze se posebno istaknuti proizvodi uz čiju se kupovinu dobijaju dodatne naljepnice.*

*Morsovc vam danas poručuju: 'Čisto more naš je dom, tu smo uvijek svoji na svom! Zato, hajde da zajedno zaronimo u svijet morskih životinja i pomognemo da njihovo čisto more postane naših ruku djelo.'*

Tokom navedenog dijela programskog sadržaja smjenjuju se kadrovi zabilježeni u marketu "Idea". U prvom planu su maskote koje simbolizuju aktuelnu kampanju „Morsovc“, kao i plišane igračke koje su dio pomenute kampanje.

U nastavku je prikazan segment programa opisan u nastavku.

**Novinarski tekst (OFF):** „Na putu ka porodici Coković, na sada već poznatoj adresi, čeka nas je još neko. Svratili smo do radnje 'Obuća Minja'.“

Navedeni dio programa prate kadrovi zabilježeni ispred i unutar pomenute prodavnice obuće. Na širokim i krupnim kadrovima prikazan je dio asortimana, uz istaknute oznake za popuste. Logotip prodavnice jasno je vidljiv i na kesama nakon obavljene kupovine.

Na samom kraju emisije prikazan je segment programa u okviru kojeg je organizovan odlazak u dječju igraonicu. Pored kadrova zabilježenih u igraonici, prikazan je vertikalni pokretni kadar (švenk) ulaza u objekat na kojem je istaknut naziv igraonice „Dječja kuća UP“, uz usluge koje je tamo moguće dobiti, adresu i kontakt telefon.

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

Na početku i na kraju programskog sadržaja „Računajte na nas“ emitovano je grafičko obavještenje: „Prijatelj emisije: IDEA – s Vama kroz život“.

3. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
- kroz opisivanje su predstavljeni poslovni subjekti, 'Idea' marketi, 'Obuća Minja' i igraonica „Dječja kuća UP“, na način da se preporučuju subjekti i njihove proizvodi/usluge uz isticanje prednosti ponude, i gledaocu se obraća kao potencijalnom potrošaču. Kroz razgovor učesnice emisije iz market „Idea“ predstavljena je ponuda plišanih igračaka „Marsovcí“. Promotivni element emitovanog sadržaja, kada je u pitanju ovaj subjekt, posebno se ogleda u tome što se u njemu navodi sadržina programa nagrađivanja („naljepnice“) uz određenu novčanu potrošnju. Kada je u pitanju subjekt „Obuća Minja“ on se preporučuje na način što je širokim i krupnim kadrovima prikazan dio asortimana, uz istaknute oznake za popuste. Takođe, kada je u pitanju igraonica „Dječja kuća UP“ promovisane su usluge koje se u istoj mogu dobiti.
  - analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode, odnosno pogodan je da ga uvjeri da je riječ o sadržaju koji nije komercijalne prirode. Takvo dovođenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji se u emisiji prezentuju proizvodi/usluge, i to marketa „Idea“ kroz neformalni razgovor sa predstavnikom subjekta i odlaskom u radnju „Obuća Minja“ i igraonicu „Dječja kuća UP“.
  - da je prilog imao dominantno promotivni karakter, ukazuje i to što su korišćeni kadrovi zabilježeni u marketu „Idea“, kao i maskote koje simbolizuju aktuelnu kampanju „Morsovcí“, kao i plišane igračke koje su dio pomenute kampanje. Takođe, kada je u pitanju radnja „Obuća Minja“ kadrovi su zabilježeni ispred i unutar pomenute prodavnice, a kada je u pitanju igraonica „Dječja kuća UP“ kadrovi su zabilježeni u igraonici, prikazan je i vertikalni pokretni kadar (švenk) ulaza u objekat na kojem je istaknut naziv igraonice.
4. U toku emitovanog programskog sadržaja voditelj je preuzeo ulogu prezentera proizvoda, marketa „Idea“, „Marsovcí“ (*„... sa nama je i ekipa 'Morsovacá', sa kojima smo izabrali sve potrebne namirnice“*). Gledaoce je u navedeni proizvod detaljnije uputila sagovornica voditelja, iz kompanije „Idea“, čime je iste podsticala na kupovinu robe sponzora (*„... Plišani likovi pod nazivom 'Morsovcí' nose snažnu poruku, a to je da utiču na svijest mališana za održavanje prirode i životne sredine, sa naglaskom na zaštićene i ugrožene životinjske vrste u morskim dubinama. Družina od sedam plišanih likova, koji predstavljaju morske životinje čine ekipu zvanu 'Morsovcí'. U našem Jadranskom moru žive ajkula Šarki, kornjača Toni Kornjačoni i morski konjić Rito Apetito. Njima se pridružuju njihovi prijatelji iz udaljenih krajeva, pa tako iz hladnih mora stižu pingvin Pingo Ringo i morž Žorž. Dok iz toplih voda Indijskog i Tihog okeana dolazi riba klovn Riba Biba. Iako krokodile najčešće povezuju s rijekama i močvarama, član morske ekipe je i krokodil Kroko Koko, koji živi u morima jugoistočne Azije i Australije, te ponosno nosi titulu najveće vrste krokodila. Za svakih potrošenih četiri eura, potrošači dobijaju jednu naljepnicu. Sakupljanje naljepnica traje do 3. novembra. Potom svog omiljenog plišanog lika mogu kupiti po cijeni od 0,99 uz 40 sakupljenih naljepnica, ili po cijeni od 6,99 za 20 sakupljenih naljepnica. Sve do 17. novembra, ili do isteka zaliha. Još jedna bitna informacija je da svake druge nedjelje u ponudi 'Idea' prodavnica nalaze se posebno istaknuti proizvodi uz čiju se kupovinu dobijaju dodatne naljepnice..“*).
- Nesporno je da je emiter na taj način prekršio i član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika, koji propisuju da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge.
5. S obzirom da je članom 89 stav 1 Zakona i članom 37 stav 1 Pravilnika predviđeno da televizijsko oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, a da tokom emitovanja spornih priloga nije bilo vidljivo adekvatno grafičko obavještenje da su u pitanju komercijalne AV komunikacije (*telepromocija*), emiter je prekršio i navedenu odredbu Zakona, odnosno Pravilnika, jer je propustio da prilikom emitovanja ovih programskih sadržaja naznači da se radilo o komercijalnim AV komunikacijama.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-8 emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emitovanjem predmetnog programskog sadržaja prekršio 85 st. 1, čl. 89 st. 1 i čl. 95 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1 i 61 Pravilnika i tač. 2.2. Odobrenja za emitovanje br. O-TV-J-10.

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 „Gradska televizija“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio televizija Podgorica“ d.o.o. iz Podgorice je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona informaciju o izrečenoj mjeri 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.

**DIREKTOR**  
Goran Vuković

Dostavljeno:

- „Lokalni javni emiter Radio televizija Podgorica“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Arhiva