



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 1431/3
Podgorica, 19.10.2022. godine

Na osnovu člana 40 i 144 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 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 02-1431 od 19.09.2022. godine), direktor Agencije za elektronske medije donosi

R J E Š E N J E

1. Prihvata se anonimni prigovor, akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-1431 od 19.09.2022. godine, i javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice, kao javnom emiteru opšteg televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 18. septembra 2022. godine, u terminu od 22:39:57 do 22:49:37 sati (9 minuta 40 sekundi), tokom emitovanja sadržaja „Eurobasket 2022“:
 - a. emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije,
 - b. propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja.
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 i 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11),
 - b. emitovanja komercijalne audiovizuelne komunikacije, odnosno telepromocije, kao vida oglašavanja, koja nije prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja (član 89 Zakona o elektronskim medijima i član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“ 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, dužno je da u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u programu „Drugi program Televizije Crne Gore“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tač. 1 ovog Rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru televizijskog programa 'Drugi program Crne Gore' upozorenje zbog emitovanja, u okviru sadržaja 'Eurobasket 2022', dana 18.09.2022. godine, prikrivenog oglašavanja i telepromocije koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalog dijela programskog sadržaja.“
5. Protiv ovog Rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana njegovog prijema.
6. Ovo Rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.aemcq.org.
7. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Dana 19. septembra 2022. 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. 02-1431 od 19.09.2022. godine).

Podnosilac prigovora ističe da je „tokom emisije Eurobasket emiter prekršio zakon i emitovao prikriveno oglašavanje na način što je voditelj predstavio sponzora Volcano i gost emisije predstavio njegove aktivnosti, bez obilježja koje zahtijeva telepromotivni sadržaj“.

Polazeći od navedenog, Sektor za monitoring Agencije izvršio je uvid u snimak emitovanog programskog sadržaja emitera i sačinio nalaz dana 28.09.2022. godine (akt broj 02-1431/1 od 28.09.2022. godine). Agencija je dana 3. oktobra 2022. godine 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), i uputila tim povodom emiteru zahtjev za izjašnjenje (akt broj 02-1431/2 od 03.10.2022. godine). U ostavljenom roku emiter nije dostavio traženo izjašnjenje.

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 i član 13 stav 2 Pravilnika).
- telepromocija 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 stav 1 tačka m) Pravilnika).
- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva bilo koje učešće fizičkog ili pravnog lica, koje se ne bavi djelatnošću pružanja audiovizuelnih medijskih usluga, niti proizvodnjom audiovizuelnih radova, u finansiranju radio i/ili televizijskih programa, s ciljem da promoviše svoje ili tuđe ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 4 stav 1 tačka n) 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: televizijskog i radijskog 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.

Na osnovu informacija i navoda sadržanih u prigovoru i uvida u snimak emitovanog sadržaja, Agencija je konstatovala sljedeće:

1. Emiter je, dana 18. septembra 2022. godine, u terminu od 19:59:51 do 22:50:02 sati (2 sata 50 minuta 11 sekundi) emitovao sadržaj „Eurobasket 2022“, posvećen finalnoj utakmici Evropskog prvenstva u košarci. U okviru navedenog sadržaja emitovan je prenos finalne utakmice Evropskog prvenstva u košarci kao i, po završetku utakmice, u terminu od 22:39:57 do 22:49:37 sati (9 minuta 40 sekundi), segment programa iz studija čiji je opis dat u tački 2.
2. Voditelj Vlado Jovičević je u studiju razgovarao sa Lenom Bošković, direktoricom marketinga i korporativnih komunikacija kompanije „Vezuv Volcano“ i sa Đorđijem Kustudićem, direktorom marketinga emitera.

Voditelj u studiju: „Sjajni kadrovi završnice 'Eurobasket 2022'. Nadam se da ste i vi, poštovani gledaoci uživali, jer smo ovdje 17 dana elaborirali košarku do tančina. Dovodili trenere, dovodili ljude kojima je to, da kažem i posao, koji su zaista i kompetentni i meritorni da o tome pričaju da najbolji mogući način. I naravno, svih tih dana, sa nama je bila i kompanija 'Vezuv Volcano', koja je poklanjala loptu, ne samo ovog puta, već gotovo sve naše sportske akcije su negdje vezane i za njih. Naravno, i naš marketing je realizovao puno tih pozitivnih stvari, te smo stoga za kraj odlučili da porazgovaramo sa najprije Lenom Bošković, direktoricom marketinga i korporativnih komunikacija kompanije 'Vezuv Volcano' i sa Đorđijem Kustudićem, mojim dragim kolegom, koji je više od dvadesetak godina bio u ulozi u kojoj sam ja večeras, a sada je na mjestu direktora marketinga Radio Televizije Crne Gore. Najprije da vam se zahvalim što ste, da su oni igrali produžetke, ušli bismo u novi dan, ovako smo tu. Nadam se da ste i vi, kao kompanija, zadovoljni

i da je ovo bilo zaista jedno fantastično evropsko prvenstvo. Od strane Televizije Crne Gore, ispraćeno na maksimalan način i pozvali smo vas da vam se prije svega zahvalimo zbog ove saradnje, a i da najavimo jednu akciju koja pokazuje koliko ste u stvari vi društveno odgovorna kompanija."

Lena Bošković, direktorica marketinga 'Vezuv Volcano': „Vlado, hvala na ovom divnom uvodu, takođe hvala i Đorđiju, ekipi marketinga državne televizije. Kako si i rekao, kompanija 'Vezuv Volcano' je jedan, možemo reći, strateški partner kada se tiče uopšte sponzorstava svih sportskih događaja na državnoj televiziji, tako da smo mi ispratili i ovo Evropsko prvenstvo, a ubrzo ćemo ispratiti i Svjetsko prvenstvo u fudbalu, u Kataru. Kompanija 'Vezuv Volcano' posebnu pažnju posvećuje društveno odgovornim projektima u raznim sferama, ali mi smo u stvari prepoznati kao kompanija koja posebno daje podršku kada je u pitanju sport i mi u kontinuitetu ulažemo i podržavamo sport kroz razna sponzorstava, ali i kroz naš projekat 'Volcano sport support'. Mi smo jako ponosni na taj projekat, prije svega jer smo uspjeli u toj našoj namjeri da pod sloganom 'Sport je uvijek pobjednik – pobjednički rastimo', se posvetimo mladima i na neki način ih ponukamo da se bave sportom, odnosno da vode zdravi stil života. Kako si i sam rekao, septembar je na neki način obilježila košarka, odnosno obilježilo je ovo Evropsko prvenstvo u košarci i mi smo onda odlučili da pokrenemo jednu društveno odgovornu akciju 'Niču koševi – volimo košarku', kako bismo i dalje ponukali mlade ljude da se bave ovim sportom. Ko zna, možda će se i sa tih naših terena... Jer mi smo odlučili da obnovimo košarkaške terene, odnosno igrališta i ko zna, možda se tu i kasnije pojavi neki..."

Voditelj u studiju: „Dubljević, Vučević, Šćepanović..."

Lena Bošković, direktorica marketinga i korporativnih komunikacija kompanije 'Vezuv Volcano': „Upravo tako. U stvari, svjesni smo koliko koševi i košarkaške table na neki način su i taj potrošni materijal i onda smo odlučili da odradimo tu jednu donaciju, da doniramo pet koševa za pet crnogorskih opština. Te donacije će podrazumijevati komplet konstrukciju, košarkašku tablu, obruč i određenu količinu lopti. Opštine smo podijelili. Dvije opštine će biti sa sjevera, dvije sa juga i naravno tu je Podgorica. Ali ono što bih sad posebno dodala da ćemo mi naš projekat da realizujemo sa našim partnerom, to jeste Televizijom Crne Gore i na taj način hoćemo da kažemo koliko zajednički možemo dosta da postignemo, a sve za dobrobit djece i omladine, kako bi ih na neki način masovnije uključili da se bave sportom sa jedne strane, a sa druge strane da njeguju te zdrave stilove života."

U nastavku je bilo riječi o sportskim događajima čije direktne prenose realizuje emiter. Potom su emitovani navodi koji slijede:

Đorđije Kustudić, direktor marketinga Radio Televizije Crne Gore: „Lena je rekla nešto u vezi ove naše saradnje. Zajednička ideja, zajednička akcija da se obnove ova igrališta. 'Volcano' je kao i uvijek bio spreman, odnosno kompanija 'Vezuv Volcano' da izađu u susret i da to svojim sredstvima finansiraju, da to bude jedna donacija, društveno korisna. Mislim da neće stati samo na ovih pet terena."

Lena Bošković, direktorica marketinga i korporativnih komunikacija kompanije 'Vezuv Volcano': „Naravno."

Đorđije Kustudić, direktor marketinga Radio Televizije Crne Gore: „I pet opština. Ja se nadam da će biti produženo i na cijelu Crnu Goru. A mi ćemo zabilježiti naravno našim kamerama tu akciju. Tako da se zahvaljujem vašoj kompaniji, kao zaista pouzdanom partneru koji je uvijek tu uz nas."

Na samom kraju prenosa emisije, emitovani su sljedeći navodi:

Voditelj u studiju: „Ja se zahvaljujem na svemu onome što ste nam prenijeli. Da ta saradnja i u narednom periodu na relaciji kompanija 'Vezuv Volcano' - Televizija Crne Gore bude plodotvorna, a sve to na zadovoljstvo ljubitelja sporta, od onih najmlađih do onih najstarijih."

Lena Bošković, direktorica marketinga i korporativnih komunikacija kompanije 'Vezuv Volcano': „Možda samo još i na kraju da kažem da ćemo mi i dalje kroz ovaj naš projekat 'Volcano sport support' podržavati sport, na neki način natjerati mlade ljude da se bave sportom, odnosno zdravim stilovima života, a mi ćemo i dalje kao kompanija 'Vezuv Volcano' i mimo toga podržavati razne humanitarne akcije, kao što smo do sada radili."

Tokom razgovora u studiju, na monitorima koji su dio scenografije, emitovan je logo sportskog događaja: „FIBA; Eurobasket; Czech Republic-Georgia-Italy-Germany”.

3. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu, finansijska nadoknada) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
- kroz opisivanje je predstavljen konkretan poslovni subjekat, odnosno njegove donatorske aktivnosti. Kroz razgovor učesnika emisije opisane su aktivnosti koje preduzima kompanija „Vezuv Volcano“, uz naglašavanje njihovog donatorskog aspekta i imidža „društveno odgovorne kompanije“ („... pozvali smo vas da najavimo jednu akciju koja pokazuje koliko ste u stvari vi društveno odgovorna kompanija“; „U stvari, svjesni smo koliko koševi i košarkaške table na neki način su i taj potrošni materijal i onda smo odlučili da odradimo tu jednu donaciju, da doniramo pet koševa za pet crnogorskih opština. Te donacije će podrazumijevati komplet konstrukciju, košarkašku tablu, obruč i određenu količinu lopti.“; „Lena je rekla nešto u vezi ove naše saradnje. Zajednička ideja, zajednička akcija da se obnove ova igrališta. 'Volcano' je kao i uvijek bio spreman, odnosno kompanija 'Vezuv Volcano' da izađu u susret i da to svojim sredstvima finansiraju, da to bude jedna donacija, društveno korisna. Mislim da neće stati samo na ovih pet terena“);
 - analizirani programski sadržaj, odnosno njegovi segmenti navedeni u tački 2 obrazloženja, mogu 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 predstavljaju aktivnosti navedene kompanije, kroz podršku sportu, mladima i zdravim stilovima života;
 - navedeni djelovi emisije imaju naglašeno promotivni karakter i u velikoj mjeri su posvećeni aktivnostima poslovnog subjekta, koji je ujedno i sponzor emisije. 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, 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 aktivnosti sponzora, ovakvo preporučivanje se smatra telepromocijom. Dakle, citirani segmenti emisije smatraju se oglašavanjem i trebalo je da budu označeni kao telepromocija, a otežavajuću okolnost predstavlja činjenica da je predstavljanje izvršeno u zamjenu za naknadu u vidu sponzorstva.
4. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranih segmenata programskog sadržaja, može se zaključiti da je riječ o prikrivenoj komercijalnoj audiovizuelnoj komunikaciji, koje je zabranjena članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika.

Može se zaključiti da je emitovanjem predmetnog sadržaja emiter prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, obaveze da telepromocija (kao vid oglašavanja tj. komercijalne audiovizuelne komunikacije) mora biti lako prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-02 emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio član 85 stav 1 i član 89 Zakona i član 13 stav 1 i član 37 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 „TVCG2“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru 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.

Dostavljeno:

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

