



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

**Broj: 02 – 1467/3**  
**Podgorica, 24.10.2022. godine**

Na osnovu člana 40 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 i 116 Zakona o upravnom postupku („Sl. list Crne Gore”, br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po anonimnom prigovoru br. 02-1467 od 26.09.2022. godine, vd direktora Agencije za elektronske medije donosi

**RJEŠENJE**

1. Privrednom društvu „AST” d.o.o., iz Podgorice, emiteru opšteg televizijskog programa „Prva TV”, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 25. septembra 2022. godine, u terminu od 17:54:36 do 18:58:53 sati (1 sat 4 minuta 17 sekundi), tokom emitovanja emisije „Radna akcija sa Tamarom”:
  - a. emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije,
  - b. propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja,
  - c. direktno podsticao na kupovinu ili iznajmljivanje robe i usluga sponzora posebnim promotivnim upućivanjem na usluge i/ili robe sponzora.
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),
  - c. kršenja obaveze da sponzorisan 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 „AST” d.o.o., iz Podgorice, da usaglasí emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Prva TV” sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „AST” d.o.o., iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „Prva TV” i emisije „Radna akcija sa Tamarom”, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

*„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru televizijskog programa 'Prva TV' upozorenje jer je, u okviru emisije 'Radna akcija sa Tamarom', dana 25.09.2022. godine, emitovao prikriveno oglašavanje i telepromociju koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalog dijela programskog sadržaja. Upozorenje je izrečeno i zbog zbog posebnog promotivnog upućivanja na robe i 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.aemcg.org](http://www.aemcg.org).
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

### **O b r a z l o ž e n j e**

Dana 26. septembra 2022. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) dostavljen je anonimni prigovor na rad privrednog društva „AST” d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), emitera televizijskog programa „Prva TV” (zaveden kod Agencije: pod br. 02-1467 od 26.09.2022. godine).

Predmetni prigovor se odnosi na emisiju „Radna akcija sa Tamarom”, emitovanu dana 25. septembra 2022. godine. Po mišljenju podnosioca prigovora, „tokom emisije 'Radna akcija sa Tamarom' više puta je emitovano prikriveno oglašavanje, što je Zakonom i Pravilnikom strogo zabranjeno”.

Polazeći od navedenog, 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 05.10.2022. godine (akt broj 02-1467/1 od 05.10.2022. godine).

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja činjenice da li je emitovanjem spornog sadržaja došlo do kršenja Zakona i Pravilnika, Agencija je emiteru dostavila predmetni prigovor, sa nalazom Sektora za monitoring i zatražila da u roku od sedam dana od dana prijema zahtjeva, dostavi pisano izjašnjenje na date navode (akt broj 02-1467/2 od 10.10.2022. godine). U ostavljenom roku emiter nije dostavio traženo izjašnjenje.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnog 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 učesće 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.

- 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.
- Članom 96 st. 5 tač. 2 Zakona propisano je da programski sadržaji sa plasmanom proizvoda ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, posebno promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge ili isticanjem proizvoda.

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

1. Emiter je dana 25. septembra 2022. godine, emitovao emisiju „Radna akcija sa Tamarom“, u terminu od 17:54:36 do 18:58:53 sati (1 sat 4 minuta 17 sekundi).
2. Navedeni programski sadržaj je emisija humanitarnog karaktera čiji je osnovni cilj pomoć socijalno ugroženim porodicama.

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

Navedeni dio programskog sadržaja prikazuje petodnevni proces izgradnje stambenog objekta porodice G., a vidljivi su kadrovi u kojima voditeljka i majstori angažovani na ovoj akciji nose radna odijela, na kojima se povremeno može vidjeti logo kompanije „Bekament“.

U nastavku programa, u terminu od 18:02:35 do 18:03:34 sati (59 sekundi) emitovan je segment sljedeće sadržine.

*„Kompanija 'Sunce' Marinković iz Kragujevca zahvaljujući devedesetogodišnjem postojanju sa ponosom zauzima leadersko mesto najuspješnije kompanije u industriji proizvodnje energetski efikasne aluminijske i PVC stolarije. U radnim jedinicama zaposleni su visoko kvalifikovani majstori, inženjeri i menadžeri. Svi oni zajedno stoje iza garancije kvaliteta 'Sunce' proizvoda.“*

Tokom opisanog dijela programa emitovani su kadrovi unutrašnjosti i spoljašnjosti navedene kompanije za proizvodnju stolarije, kao i kadrovi izvođenja pomenutih građevinskih radova u kući u kojoj se obavlja radna akcija.

Od 18:04:23 do 18:04:45 (22 sekunde) emitovan je segment sljedeće sadržine

Novinarski tekst (OFF): *„Naš glavni prijatelj, kompanija 'Bekament' poseduje pet kamenoloma i osam pogona za proizvodnju praškastog i tečnog programa, zatim za proizvodnju stiropora, a od ove godine otvorena je i nova fabrika za proizvodnju stirodura, najsavremenije u Evropi, sa automatizovanim procesom rada. Kompanija je pustila u rad i dve nove linije za proizvodnju fasadnog maltera i BK-Pol boje za unutrašnje zidove čime je podigla standard brzine isporuke i kvaliteta usluge.“*

Opisani dio programskog sadržaja pokriven je kadrovima spoljašnjosti navedene kompanije za proizvodnju građevinskog materijala, kao i kadrovima zabilježenim unutar njihovog proizvodnog pogona, tokom kojih su prikazani proizvodi s jasno istaknutim logotipima pomenute kompanije.

Od 18:05:15 do 18:06:05 (50 sekundi) emitovan je razgovor arhitekta na projektu izgradnje kuće, kako je potpisano Aleksandra Popovića i direktorke marketinga kompanije Minotti, Mirele Protić, u samom prodajnom objektu ove kompanije.

Potom je prikazan i kratak razgovor arhitekta i direktorke marketinga sljedeće sadržine.

Popović: *„Kompanija 'Minotti' je sa nama od naše prve akcije.“*

Protić: *„Jeste, od vaše prve akcije vas podržavamo u jako humanitarnom radu i drago nam je zbog toga. Tu smo zajedno sa vama da usrećimo mnoge porodice i nadam se da će ih biti još više na teritoriji čitavog regiona. Pod okriljem kompanije 'Minotti' posluju maloprodaja 'Aqua Casa', a danas se nalazimo u beogradskoj 'Aqua Casa-i'. Pored nje postoje i maloprodaje u Nišu i u Loznicima, u Banja Luci takođe. A uskoro i u Kotoru, u Crnoj Gori. U Hrvatskoj poslujemo kao veleprodajni lanac, isto pod imenom Aqua, 'Aqua Casa'. Tu smo naravno za apsolutno svo opremanje kupatila. Dugogodišnji smo učesnik u tržištu, na tržištu*

*pločica, kupatilske opreme, sanitarlja, baterija, kada i tuš kabina. Apsolutno svega što je potrebno...*"

Popović: „Potrebno za kupatilo..."

Protić: „Jeste. Upravo za opremanje kupatila."

Tokom razgovora povremeno se koriste pokrivalice na kojima se može vidjeti asortiman u tom prodajnom objektu, pločice i kupatilska oprema.

Potom je, periodu od 18:09:15 do 18:09:45 (30 sekundi) emitovan segment sljedeće sadržine

Novinarski tekst (OFF): „Ključ uspeha 'Bblink' leži u prilagodljivosti evropskim i svetskim trendovima, ali i u brznoj isporuci, ogromnom lageru dekorativne, projektne i industrijske rasvjete kojom raspolažu u svakom trenutku. Projektanti i stručni konsultanti kompanije 'Bblink' raspolažu velikim znanjem i iskustvom i tu su da pomognu oko izbora odgovarajućeg proizvoda i da ih prilagode svim potrebama poslovnog ili privatnog okruženja."

Tokom trajanja tonske informacije prikazan je salon rasvjete o kojem je riječ, kao i široki i krupni kadrovi rasvjete koja se nalazi u tom salonu.

Od 18:23:13 do 18:23:57 (44 sekunde) emitovan je prilog o auto kući „Kompresor" i „Autoland" čiji je opis dat u nastavku.

Novinarski tekst (OFF): „Zahvaljujući našim partnerima iz auto kuće 'Kompresor' i 'Autoland-a' lakše se snalazimo po niškim gradskim gužvama. Niš je najveći grad na jugu Srbije, pa je i saobraćajna gužva jedna od stvari koja karakteriše svakodnevicu. Mi se po Nišu dosta krećemo preko dana, pogotovo majstori, ali sve nam to pada lakše jer udobnost vozila auto kuće 'Kompresor' nešto je što krasí našeg partnera."

Tokom trajanja tonske informacije prikazuje se spoljašnjost auto kuće o kojoj je riječ, a potom i automobili koji se prodaju u samom salonu.

U okviru dijela emisije, označenog kao „dan 3", prikazuje se proces farbanja zidova koji obavljaju ljudi obučeni u radna odijela, na kojima je istaknut logo kompanije „Bekament". U periodu od 18:27:15 do 18:28:04 (49 sekundi) voditeljka emisije razgovara sa jednim od njih o novoj BK-Pol disperziji. Tokom tog razgovora ispred njih se nalazi kanta te disperzije, koja se u više navrata krupno kadrira i na njoj se vidi jasno istaknut naziv tog sredstva i logo kompanije „Bekament".

Voditeljka: „E kada smo sad već kod krećenja BK-Pol nam dolazi u novoj ambalaži."

Koljković: „Da. BK-Pol nam sad stiže u novoj ambalaži. Više nije u kilogramima, sad je u litrima. Više nije 25 kila kad kažu, nego je 15 litara što je jako bitno da majstori znaju kad razređuju boju. Znači na 15 litara farbe, ako hoćemo, ako želimmo da razblažimo boju sa 10 posto, znači ide nam litar i po vode. Na 10 litara litar, na 5 litara 0,5 i tako sve u... Što manje pakovanje manje nam vode treba. Dobili smo na kvalitetu, vidim da se mnogo lakše razmazuje. Sad imamo izuzetno belu boju (Prim. aut. 1 Prikazuje se krećenje zida bijelom bojom). Maltene, u kvalitetu je stigla disperziju, punu disperziju. Ovo je ipak polu-disperzija zato se i zove BK-Pol. Po kvalitetu, sad mogu da kažem da je maltene kao puna disperzija."

U periodu od 18:40:17 do 18:40:47 sati (30 sekundi) prikazano je montiranje namještaja u kući porodice G. Uz te kadrove emituje se segment sljedeće sadržine

Novinarski tekst (OFF): „Nameštaj 'Forme Ideale' prepoznaje se po savremenom dizajnu, funkcionalnim karakteristikama i odličnim odnosom cene i kvaliteta proizvoda. Ova kompanija ima više od hiljadu osam stotina zaposlenih i proizvodnju u dva pogona, u Kragujevcu i Majdanpeku. Maloprodajna mreža obuhvata 40 salona u gotovo svakom većem gradu u Srbiji. Ova kompanija, osim kontinuiranim učešćem u našoj emisiji, može da se pohvali izuzetno visoko duštveno odgovornom politikom, učestvujući do sada u više od četiri stotine projekata donatorskog karaktera."

Od 18:46:09 do 18:47:07 (58 sekundi) emituje se razgovor voditeljke sa, kako je potpisano, šefom prodaje GFO Niš „Dunav Osiguranje“, Milanom Jojićem.

Voditeljka: „Miloše dobro mi došli.“

Jojić: „Bolje vas našao.“

Voditeljka: „Kako podnosite ovo vreme? Teško?“

Jojić: „Pa nije loše, nije loše. Trudimo se... Samo neka...“

Voditeljka: „Doneli ste nam...“

Jojić: „Evo vidamo se već treći put...“

Voditeljka: „Jeste, ovoga puta...“

Jojić: „Kuršumlija, Aleksinac...“

Voditeljka: „Tako je.“

Jojić: „I konačno u mom omiljenom Nišu.“

Voditeljka: „Jeste. I sada pomažemo našoj Stojanki i njenoj deci. Doneli ste i za njih mnogo poklona. Vidim da je puna kućica (Prim. aut. 2 voditeljka otvara kutiju u obliku kućice, na kojoj je istaknut logo kompanije 'Dunav osiguranje').“

Jojić: „Vraćemo se na naš čuveni proizvod 'čuvare kuće'...“

Voditeljka: „Jeste.“

Jojić: „Koji promoviramo tako uspešno jer je to jedan od naših najboljih proizvoda...“

Voditeljka: „Jeste.“

Jojić: „Pa da podsetimo ljude. To je znači osiguranje nastanjenih objekata, instalacija, odgovornosti od više sile, požara, svega što može da se desi našim sugrađanima. Mnogo mi je drago što smo danas u Nišu.“

Voditeljka: „E pa baš vam hvala. Vidi se.“

Jojić: „Da, da...“

Voditeljka: „Ja ću da uzmem ovaj ček (Prim. aut. 3 Voditeljka preuzima od sagovornika poklon ček. Ček ima istaknut logo 'Dunav osiguranja', plavo-bijele je boje i na njemu je ispisano 'Osiguranje čuvare kuće'. Poklon ček se krupno kadrira). Staviću ga u kućicu, predaću ga porodici, ali ja sam sigurna da se njima ništa loše neće desiti.“

Jojić: „Apsolutno.“

Voditeljka: „Ali uvek je važno da vi ostanete posle nas, za naše porodice.“

Jojić: „Tako je. Da ne bude džabe ste krećili.“

Voditeljka: „Hvala vam puno.“

Jojić: „Taman posla. Prijatno.“

Voditeljka: „Prijatno.“

Od 18:47:07 do 18:47:54 sati (47 sekundi) emitovan je segment sljedeće sadržine

Novinarski tekst (OFF): „'VOX electronics' posebnu pažnju poklanja investicijama u zemlji i otvaranju novih radnih mesta, sa ciljem da se unapredi usluga. Započeli su i izgradnju novog magacina i kancelarijskih prostorija. Kada je reč o regionu i stranim tržištima brend je razvio jaku servisnu mrežu, a u vlasništvu kompanije je i logistički centar opremljen najmodernijim tehničkim rešenjima u organizaciji prijema, otprema robe i distribucije. Kompanija je ponosna na odnos koji je izgradila sa partnerima tokom godine i kao rezultat uspostavila jaku poziciju na domaćem tržištu, ali i stabilna eksportna tržišta. Rezultat svega navedenog

*jeste jaka servisna mreža sa akcentom na brzini isporuke rezervnih delova i rešavanju reklamacije koju je kompanija razvila."*

Navedeni dio emisije pokriven je kadrovima snimljenim u kompaniji za potrošačku elektroniku i male kućne aparate, kao i kadrovima unošenja pomenutih uređaja u kuću porodice G.

Od 18:47:55 do do 18:48:40 (45 sekundi) emitovan je razgovor sa, kako je potpisano, Sarom Veličković iz „Telekom Srbija“.

Voditeljka: „Sara dobro mi došla.“

Veličković: „Dobar dan Tamara. Hvala. Pre svega želim da kažem u ime Telekoma da nam je veliko zadovoljstvo što kroz ovu saradnju možemo da usrećimo još jednu porodicu tako što ćemo im dati godinu dana na korišćenje box paket. Box paket koji objedinjuje sve telekomunikacione usluge. To podrazumeva fiksnu mrežu, mobilni broj, televiziju i internet. Korisnici će moći da uživaju u našem bogatom tv sadržaju, imaće brzi internet koji će im pomoći da budu bolje povezani sa prijateljima i sa porodicom i mobilni broj u najboljoj mobilnoj mreži u Srbiji.“

Voditeljka: „Hvala ti lepo. Ja ću da simbolično uzmem ček...“

Veličković: „Evo izvoli.“ (Prim. aut. 4 Voditeljka preuzima od sagovornice poklon ček i stavlja ga uz televizor. Ček je crvene boje, a bijelim slovima na njemu je ispisano 'Telekom Srbija poklanja box paket-Čitav svet telekomunikacija na jednom mestu-12 meseci besplatno-mts').“

Voditeljka: „Staviću ga ovde. Pa će tu da dočeka Stojanku i njenu decu. Važi?“

Veličković: „Može.“

U periodu od 18:48:42 do 18:49:33 (51 sekunda) emitovan je prilog iz marketa „Idea“, tokom kojeg se može vidjeti voditeljka emisije dok bira prehrambene namirnice za porodicu G. Uz te kadrove emituje se i segment sljedeće sadržine

Novinarski tekst (OFF): „U prodavnicama 'Idea-e' i 'Rode' uglavnom biramo domaće proizvode sa oznakom 'čuvar kuće'. Kad možemo da biramo najbolje je da kupimo ono što je proizvedeno u našoj zemlji. Više od 330 prodavnica 'Idea' i 'Roda' marketa nalazi se u više od 80 gradova i mesta širom Srbije. 'Idea' i 'Roda' su deo kompanije 'Mercator S' koja zapošljava više od 3.000 ljudi u Srbiji i 97 posto svog prometa stvara u saradnji sa domaćim proizvođačima i dobavljačima.“

U završnom dijelu emisije prikazan je segment označen kao „USELJENJE“, tokom kojeg su prikazani kadrovi kuće prije i poslije radne akcije. Potom je, u terminu od 18:55:36 do 18:56:06 sati (30 sekundi), emitovan je segment sljedeće sadržine:

Voditeljka: „Je li znate šta znači ova kućica? Osim što ti ovde možeš da se igraš žmurke? (Prim. aut. 5 Voditeljka otvara kućicu od kartona koja je prethodno dobijena od 'Dunav osiguranja'). I da ona bude lično tvoja, da je odmah nosiš u svoju sobu. 'Dunav osiguranje' vam je poklonilo i pribor za školu, neku garderobu videćete. Ali ono što je još važnije osiguralo vam je kuću i sve ono što se nalazi u kući, tako da budete potpuno mirni i mi kad odemo niste sami, ako se slučajno nešto desi. Ali da znate da je i osigurana zahvaljujući kompaniji 'Dunav osiguranje'. E tako, to nam je od 'Dunava'.“

Navedeni dio programa prate kadrovi zabilježeni u dnevnom boravku kuće, gdje se nalaze voditeljka i članovi porodice G. Široki kadar bilježi primopredaju poklon čeka s oznakom navedene kompanije.

Od 18:56:09 do 18:56:38 (29 sekundi) emitovan je dio čiji je opis takođe dat u nastavku

Voditeljka: „Onda imam jedan poklon od kompanije 'Telekom Srbija'. Godinu dana besplatnog korišćenja njihovog box paketa koji podrazumeva mnoštvo televizijskih kanala. Za svakog ponešto, za mamu filmove, za tebe sport, za vas crtane ili šta god želite da gledate. Je li voliš da gledaš crtane? Sigurno. Brz internet. To je za vas važno. Fiksna

*telefonija i mobilni telefon. Postpejd godinu dana besplatno u oviru 064 mreže i 065, zapravo mreža 'Telekoma Srbije'."*

Široki kadar bilježi primopredaju poklon vaučera s oznakom *Telekom Srbija*.

Na kraju, izvršena je primopredaja i poklon vaučera *Erste banke*. Predaju je izvršila ženska osoba, potpisana kao Irena Janković, direktorka regionalnog centra za mala preduzeća i preduzetnike *Erste banka*.

3. Na samom kraju emisije, u terminu od 18:58:32 do 18:58:49 sati (17 sekundi) emitovana je odjavna špica, tokom koje je na podijeljenom ekranu s lijeve strane prikazan umanjeni kadar emisije, ispod čega se nalazi grafička oznaka „*RADNA AKCIJA SA TAMAROM; BEKAMENT*“, uz logo navedene kompanije, dok se s desne strane prikazuju podaci o produkciji emisije.
4. Na početku i na kraju navedenog programskog sadržaja, na punom ekranu, emitovano je obavještenje o plasmanu proizvoda (PP). Takođe, tokom emisije je u par navrata u donjem desnom uglu ekrana prikazana grafička oznaka *PP*.
5. Na početku emisije, na punom ekranu, emitovano je i grafičko obavještenje sljedeće sadržine: „*Generalni sponzor: BEKAMENT; Snaga je u našim rukama*“, tokom kojeg su prikazani logo i slogan navedene kompanije. Potom je, takođe na punom ekranu, prikazano grafičko obavještenje: „*Prijatelj emisije: Dunav osiguranje*“, uz logo navedene kompanije. Zatim i grafičko obavještenje o sponzorima emisije, uz logotipe sljedećih kompanija: „*Forma ideale*“, „*Sunce*“, „*Minotti*“, „*Vox electronics*“, „*B:Link*“, „*Erste bank*“, „*mts*“, „*AK Kompresor Beograd*“, „*Roda*“.
6. Tokom programskog sadržaja „*Radna akcija sa Tamarom*“, na ekranu nije bilo vidljivo grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije.
7. 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 su predstavljeni poslovni subjekti, na način da se preporučuju oni i njihove robe ili usluge uz isticanje prednosti roba, ponuda i/ili usluga, a gledaocu se obraća kao potencijalnom potrošaču/korisniku usluga. Kroz razgovor učesnika emisije, opisivanje radova, roba ili usluga koji su korišćeni za renoviranje i opremanje kuće, poklona ili vaučera koji su obezbijedjeni, odnosno aktivnosti subjekata koji su ih donirali, naglašene su prednosti konkretnih privrednih subjekata (*Kompanija 'Sunce' Marinković*, „*Bekament*“, *Kompanija 'Minotti'*, *'Bblink'*, *AK 'Kompresor' Beograd*, *'Autoland'*, *'BK-Pol'*, *'Forma Ideale'*, „*Dunav osiguranje*“, „*Vox electronics*“, *'Idea'*, *'Roda'*, *'Telekom Srbija'*, „*Erste banka*“). Pri tome, djelatnost, aktivnosti, robe ili usluge su predstavljene kroz kadrovanje unutrašnjosti i spoljašnjosti prodajnih objekata i proizvoda, uz isticanje raznovrsnosti, kvaliteta i prednosti njihovih roba, ponuda i/ili usluga.
  - analizirani programski sadržaj, odnosno njegovi segmenti navedeni u tački 2 obrazloženja, 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 koj se u emisiji prezentuju proizvodi i usluge navedenih kompanija, kroz opis izvedenih građevinskih radova na i u kući porodice G., i usluga koje su na raspolaganju učesnicima emisije;
  - navedeni djelovi emisije imaju naglašeno promotivni karakter i u velikoj mjeri su posvećeni aktivnostima, ponudi i promociji roba i usluga ovih poslovnih subjekata, koji su ujedno i sponzori emisije. Kod sponzorstva, promocija sponzora (imena, robe, aktivnosti) je posredna i ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjeren. 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 telepromocijom. Dakle, citirani segmenti emisije smatraju se oglašavanjem i trebalo je da budu označeni kao telepromocija.

8. 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.
9. Emiter je emitovanim sadržajem prekršio odredbu da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.

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, kao i obaveze 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-TV-K-15 emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio član 85 stav 1, čl. 89, čl. 95 st. 1 al. 2 Zakona i član 13 stav 1, čl. 37 st. 1, čl. 61 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, vd direktora 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 „Prva TV“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru je naloženo 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:

- Privredno društvo „AST“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Arhiva

