



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

**Broj: 02 – 1038/4**  
**Podgorica, 15.05.2023. 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 br. 02-1038 od 18.04.2023. godine), direktor Agencije za elektronske medije donosi

**RJEŠENJE**

1. Prihvata se anonimni prigovor, akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-1038 od 18.04.2023. godine, i javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice, kao javnom emiteru opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 9. marta 2023. godine, u terminu od 12:08:29 do 12:58:22 sati, i dana 15. aprila 2023. godine, u terminu od 10:32:41 do 11:20:15 sati, tokom emitovanja sadržaja „Agrosaznanje“:
  - 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 „Prvi 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 „Prvi 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 'Prvi program Crne Gore' upozorenje zbog emitovanja prikrivenog oglašavanja i telepromocije koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalog dijela programskog sadržaja, u okviru emisije 'Agrosaznanje', dana 9. i 15. marta 2023. godine.“*
5. Javno preduzeće „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice je dužno da, u pisanoj formi, obavijesti Agenciju za elektronske medije o načinu (sadržaj, datum i vrijeme) objavljivanja informacije o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja, u pisanoj formi, u roku od 24 časa od objavljivanja.
6. Protiv ovog Rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana njegovog prijema.
7. Ovo Rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org).
8. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

## Obrazloženje

Dana 18. aprila 2023. 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 „Prvi program Televizije Crne Gore“ – TVCG1 (akt zaveštaja kod Agencije pod br. 02-1038 od 18.04.2023. godine).

Podnosilac prigovora ističe da je „*tokom emisije Agrosaznanje (reprizno prikazivanje) javni servis prekršio pravilnik i emitovao prikriveno oglašavanje emitujući usluge i proizvode kompanije Frudo i Red komerce, bez obilježja plaćenog termina ili telepromocije*“.

Polazeći od navedenog, Sektor za monitoring Agencije izvršio je uvid u snimak emitovanog programskog sadržaja emitera i sačinio nalaz dana 18.04.2023. godine (akt broj 02-1038/1 od 18.04.2023. godine). Agencija je dana 25. aprila 2023. 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 br. 02-1038/2 od 25.04.2023. godine).

Dana 9. maja 2023. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje u kom se navodi da „*emisija 'Agrosaznanje' vodi računa o opštem interesu, kad je riječ o poljoprivredi u Crnoj Gori otud i potreba za predstavljanje svakog pojedinca, kolektiva koji afirmišu i podržavaju razvoj te grane privrede*“, ukazujući da je „*svaki marketinški dio tokom emisije jasno označen, sve drugo je od opšteg interesa*“.

Emiter ističe da „*kad je riječ o konkretnom prigovoru riječ je o prerađivaču koji ima kooperantski odnos sa više od 250 proizvođača, o čijem je značaju i suvišno govoriti, ako je primarni cilj proizvodnja i plasman domaćeg proizvoda, čemu je javnu podršku dala i Vlada Crne Gore*“, kao i da je reportaža rađena „*u momentu kad je bio aktuelizovan problem tržišnog viška malina, sa kojim su se suočili brojni crnogorski proizvođači, gdje je uz posredovanje Vlade, spomenuti prerađivač fabrika Frudo, ... izašao u susret proizvođačima i krenuo u otkup i preradu*“. Emiter posebno naglašava da je njegova misija „*podrška i kritika, kako bi doprinijeli što kvalitetnijem ambijentu za razvoj crnogorske poljoprivrede*“, kao i „*unapređenje proizvodnje i zdrave hrane za domaće međunarodno tržište*“.

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).
- 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 9. marta 2023. godine, emitovao programski sadržaj „Agrosaznanje” u terminu od 12:08:29 do 12:58:22 sati (49 minuta 53 sekunde) i u okviru istog, u terminu od 12:35:27 do 12:46:07 sati (10 minuta 40 sekundi) prilog posvećen proizvodnji i preradi voća i povrća u fabrici „Frudo” u Tuzima. Opis priloga dat je u nastavku.

Voditeljka (najava): „U novootvorenoj fabrici u Tuzima proizvode se prirodni sokovi, džemovi i marmelade. Iz uprave fabrike kazali su nam da su i dio malina sa sjevera naše države otkupili od poljoprivrednih proizvođača. Takođe, planovi za naredni period, vezuju se za proizvodnju i preradu čajeva, ali i za sušenje voća i povrća.”

Nakon emitovanja komercijalnih AV komunikacija uslijedilo je emitovanje najavljenog priloga.

Novinarski tekst (OFF): „Na dvije i po hiljade kvadrata u Tuzima prostire se novootvorena fabrika za preradu voća i povrća u Crnoj Gori. Menadžment fabrike vođen je idejom da je naša država ekološka, te da čist vazduh i zemljište garantuju zdrave proizvode. Istovremeno, kažu, žele da podrže domaće proizvođače, a da kupcima ponude sto odsto prirodne proizvode.”

Prilog počinje snimcima zabilježenim iz vazduha na kojima se vide objekti fabrike „Frudo”, kao i snimkom na kome je prikazana ženska osoba u radnoj uniformi kako otvara vrata proizvodnog pogona. Uz krupno kadriranje, na poledini uniforme, bio je istaknut logo kompanije „Frudo”, a ispod logoa naziv preduzeća „Red commerce” d.o.o. Podgorica. Takođe su korišćeni snimci voća raspoređenog u gajbama, kao i kadrovi na kome je prikazana ženska osoba kako bere plodove u voćnjaku.

U nastavku je emitovana izjava direktorice fabrike, gospođe Emine Mušović.

Emina Mušović: „Frudo se bavi preradom voća i povrća. Voće i povrće iz svih dijelova Crne Gore, od primorskih, centralnih i sjevernog dijela Crne Gore. Tako da otkupljujemo sve, a ono što će biti prioritet i što forsiramo je svakako nar. Sve je prirodno, ovaj, sto posto sokovi su prirodni, imamo dosta vrsta. Osim sokova imamo džemove, niskokalorične džemove koji su, takođe, bez šećera, marmelade, kisele salate. Bavićemo se sušenjem i pakovanjem voća i povrća, vrlo brzo i čajeva, što je nešto novo. Pa svi sokovi, kao što sam rekla maloprije, su bez dodatka šećera, aditiva, boje, vode, konzervansa, stoga su sto posto prirodni i idealni su za apoteke. A znamo da, recimo, nar ima brojne benefite za zdravlje, tako da, idealan je da se prodaje i u zdravstvenim ustanovama. Vegen vox pakovanje, imamo trenutno jabuku, od dva litra i od tri litra. Kad se otvori to pakovanje nalazi se česmica i tu dječica mogu da sama sipaju sebi sok. Idealno je za porodice.”

Tokom emitovanja izjave gospođe Mušović iz proizvodnog pogona, na stolu sa desne strane, prikazana je raznovrsna ponuda kompanije. U terminu od 12:37:55 do 12:38:03 minuta (8 sekundi), uz krupno kadriranje, prikazani su „Frudo” sokovi od nara i jabuke, a pčtom i „Vegen vox” pakovanje.

Novinarski tekst (OFF): „Tako je plan bio da se ponuda obogati sa proizvodima od maline, tek od naredne godine, a u želji da pomognu našim proizvođačima sa sjevera, otkupili su dio malina i počeli proizvodnju.”

Emina Mušović: „Možemo da se pohvalimo da Red commerce otkupljuje voće i povrće već dugi niz godina. Imamo preko petsto poljoprivrednih proizvođača, trenutno, a širom naše zemlje, imamo čak i preko tri i po hiljade. Mi smo prije planiranog vremena da prerađujemo malinu, izašli u susret svim malinarima, zbog teške njihove trenutne situacije i otkupili smo jedan dio malina, stoga danas, možete vidjeti kod nas u pogonu, planiran je, planirana je proizvodnja soka od malina, a inače, naš neki prvobitni plan, obzirom da je fabrika tek ctvorena, bio je tek da se to radi sljedeće godine. Mi na svaki mogući način pokušavamo da izađemo svim poljoprivrednim proizvođačima u susret i nadam se, na taj način, potpomognemo poljoprivrednu proizvodnju naše zemlje.”

Novinarski tekst (OFF): „U fabrici su savremene i moderne linije proizvodnje, ali kompletan proces nadgleda i prati priznati tehnolog Marko Ljekočević. Dugogodišnje iskustvo u zemlji i regionu prenio je i u fabriku u Tuzima, što garantuje vrhunski kvalitet proizvoda.“

Emina Mušović: „Sve to iskustvo se vraća, zapravo, ovdje, u našu fabriku i Marko će svo svoje iskustvo da prebaci ovdje u 'Frudo' i zajedno sa nama da omogući građanima Crne Gore da dobiju najkvalitetniji, najbolji domaći crnogorski proizvod. Glavni i odgovorni tehnolog, gospodin Marko Ljekočević, on je, inače, doktor nauke za prehrambenu tehnologiju. Ja imam ogromnu čast što je, zapravo, on prihvatio da saraduje sa nama, inače, gospodin Marko ima iskustvo preko četrdeset godina i veoma sam srećna što je, zapravo, dio 'Fruda'.“

Kao pokrivalice za navedeni tekst korišćeni su i snimci kupno kadrirane ponude voća (maline, jabuke), gotovih proizvoda (sokovi, marmelada i sl.), ali i završni dio proizvodnog procesa (punjenje ambalaže).

U nastavku je emitovana izjava tehnologa fabrike 'Frudo', gospodina Marka Ljekočevića.

Marko Ljekočević: „Danas smo počeli, prvi put, proizvodnju soka od maline. Malina, ta famozna malina, koja se u Crnoj Gori ovih dana se toliko spominje problem, znači, njene realizacije, njene prodaje ploda, za nas je jedan pokušaj, novina jedna i novina u čitavoj Crnoj Gori da se, ipak, dotiče pravi sok od maline, znači, sto posto novi proizvod koji zaokružuje čitavu proizvodnju, da kažemo, samih poljoprivrednih proizvođača, pa do samih pečurčaća i oaj Eože, i do ovih naših turista koji dolaze iz čitavog svijeta. Malina je dosta zahtjevna, ali evo jedna specifičnost, ovakva malina (prim aut. rukom pokazuje proizvodnu traku na kojoj se nalaze maline) odlazi na izvoz za zapadne zemlje, a danas, kad oni, znači, plaćaju po više maraka i evra, četiri, pet, šest evra, zavisi, kako se kreće cijena. Ali ta ista malina će doći danas na našim stolovima, ali bez potrebe, da se oni muče da cijede, nego će imati iscijeđenu na svom stolu, svom hotelu, u svom restoranu i tako dalje.“

Sledeći korak, kao što vidite, sad ide u presu, to je slano cijedenje, malina koja je došla iz sjevernog dijela, sad ćete vidjeti, baš iz koje firme, ona sad ide u presu, zatim odlazi cijedeni sok na stabilizaciju i posle na pasterizaciju i tako se puni. Sad ćemo da vidimo baš sok koji je hladno cijeden. Tu se vidi, čak, original pakovanje, kako se dobije iz hladnjače, svjež proizvod što je i zamrznut. Znači tu se prati njegova totalna i kvalitet i njegov totalni hemijski sastav, sve, jer mora da zadovoljava sto posto. Nema dodataka, bez šećera, bez aditiva, to je čisti cijedeni proizvod, znači, čisti cijedeni sok, onaj baš pravi sok, a ne ovo što pričamo, sokovi koji se kupuju, a ustvari, to su neka pića, nekih dodacima, sa raznim aditivima, raznim konzervansima. Ovdje, znači, nema ni konzervansa, nema ni šećera dodatog, samo te...sam voćni šećer koji je unutra.

Sa ove prese, znači, tu gdje je cijedeno, hladno cijedeno, ove prese, dolazi, kao što vidite, sve je zatvoreni sistem, preko filtera dolazi u sudovima, to su sve inox sudovi, koji su, znači, sto posto čisti, koji nemaju, znači, kiselo otporni, ne reaguju ni sa čim, to je italijanski proizvod i slovenački. Znači, najčistije što može da bude. Tu smo dobili sad prvi sok od maline i ja se nadam da će moj kolega da nas toliko zadovolji da nam pruži takvu čast da mi možemo probati. Sve je zatvoreno, znači, nema više kontakta, uopšte, ni sa kiseonikom, ni sa vazduhom, ni sa ambijentom. Znači, to je sve zatvoren sistem koji odlazi, vazduh vani i ide odavde ide, pravo na pasterizaciju i na punjenje, zatvaranje, što, takođe, nema nikakvih mogućnosti. Živjeli, dobro došli.“

Novinarka: „Zdravo bili!“

Marko Ljekočević: „Ovo je, znači, prvi sok od maline u Crnoj Gori. Svako dobro. Hvala kolega Nusrete. Jeste zadovoljni?“

Novinarka: „Preljap je“;

Marko Ljekočević: „Šta kažete, preporučujete dalje?“

Novinarka: „Apsolutno, svakome“;

Marko Ljekočević: „Hvala Vama na dolasku onda“;

Novinarka: „Hvala Vama“.

Izjava gospodina Ljekočevića emitovana je iz proizvodnog pogona tokom koje je prikazan cjelokupan proces proizvodnje soka od maline (proizvodna traka sa kojoj se nalaze maline, smrznuto voće iz hladnjače, zatim presa gdje se nalazi hladno cijedeno voće, kao i filter preko kojeg sok dopijeva u inox sudove odakle se dobija gotov proizvod). Na kraju je prikazano konzumiranje istog od strane prisutnih.

Novinarski tekst (OFF): „Fabrika ima i pogon za sušenje, pa će se, uskoro, na tržištu naći i čajevi kao i sušeno voće i povrće. A priliku da savlada tehnologiju proizvodnje i da uči od najboljih u svojoj profesiji iskoristio je i Nusret Radončić iz Gusinja”.

U nastavku je emitovana izjava gospodina Nusreta Radončića.

Nusret Radončić: „Upravo smo (nerazumljivo) ubacili u komoru za sušenje, sušaru, luk bijeli, time ćemo obogatiti naše tržište prehrambenih proizvoda iz novoosnovane kompanije ‘Frudo’. Znajući da u ovoj kompaniji rade ljudi sa ogromnim iskustvom, doktor nauka Marko, na taj način prenosi znanje nama mladim i na taj način pokušavamo da savladamo te što je on već prepreke savladao u nekom prošlom, prošlom periodu. A znajući da je Marko radio u mnogim fabrikama u regionu i tako je, u sklopu sa nama, išao u projekat da izgradimo jednu savremenu fabriku koja će, u narednom periodu, povećati kapacitet.”

Novinarski tekst (OFF): „U fabrici kažu da su zadovoljni podrškom Ministarstva i lokalne uprave, a njihova vrata otvorena su za sve koji žele da vide kako se proizvode kvalitetni domaći proizvodi u našoj zemlji.”

U nastavku je emitovana izjava direktorice fabrike, gospođe Emine Mušović.

Emina Mušović: „Sklopili smo dogovor sa lokalnom upravom Tuzi, Ministarstvom poljoprivrede da pomognemo našim poljoprivrednim proizvođačima, te imamo u planu da posade sto, do sto pedeset hektara nara koji ćemo mi da koristimo za dalju prodaju. Ali i koristićemo i za proizvodnju ‘Fruda’. Možemo da se pohvalimo da smo imali posjete vrtića, osnovnih škola, fakulteta, takođe, imamo najavu i dječijeg doma ‘Mladost’ iz Bijele i vrlo im je interesantno da vide kako teče jedan dan u ‘Frudu’ i proces proizvodnje i kako se, zapravo, taj njihov sok pravi.”

Kao pokrivalice za navedeni tekst korišćeni su snimci na kojima se vidi spoljašnjost dijela objekta fabrike, uz vidno istaknut logo kompanija „Frudo” i „Red commerce”, kao i kadrovi na kojima se vidi dio postupka proizvodnje (smještanje bijelog luka u kornore za sušenje). U terminu od 12:45:26 do 12:45:50 sati (24 sekunde) uz krupno kadriranje, prikazani su „Frudo” sokovi, kao i preostala ponuda (miješana salata i marmelada).

Reprizno izdanje programskog sadržaja „Agrosaznanje” emitovano je dana 15. aprila 2023.g. u terminu od 10:32:41 do 11:20:15 sati.

2. Postojanje prikriivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovodenje gledalaca u zabludu, finansijska nadoknada) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:

- kroz opisivanje je predstavljen poslovni subjekat, na način da se preporučuju on i njegove robe uz isticanje prednosti roba i ponuda, a gledaocu se obraća kao potencijalnom potrošaču. Kroz razgovor učesnika emisije, opisivanje procesa proizvodnje i vrste roba, naglašene su prednosti konkretnog proizvoda („Sve je prirodno, ovaj, sto posto sokovi su prirodni, imamo dosta vrsta. Osim sokova imamo džemove, niskokalorične džemove koji su, takođe, bez šećera, marmelade, kisele salate. Bavićemo se sušenjem i pakovanjem voća i povrća, vrlo brzo i čajeva, što je nešto novo. Pa svi sokovi, kao što sam rekla maloprije, su bez dodatka šećera, aditiva, boje, vode, konzervansa, stoga su sto posto prirodni i idealni su za apoteke. A znamo da, recimo, nar ima brojne benefite za zdravlje, tako da, idealan je da se prodaje i u zdravstvenim ustanovama. ‘Vegen vox’ pakovanje, imamo trenutno jabuku, od dva litra i od tri litra. Kad se otvori to pakovanje nalazi se česmica i tu dječica mogu da sama sipaju sebi sok. Idealno je za porodice”, „Nema dodataka, bez šećera, bez aditiva, to je čisti cijedeni proizvod, znači, čisti cijedeni sok, ono baš pravi sok, a ne ovo što pričamo, sokovi koji se kupuju, a ustvari, to su neka pića, nekih dodacima, sa raznim aditivima, raznim konzervansima. Ovdje, znači, nema ni konzervansa, nema ni šećera dodatog, samo te...sam voćni šećer koji je unutra”). Pri tome, djelatnost, aktivnosti i robe su predstavljene kroz kadriranje unutrašnjosti i spoljašnjosti objekta i proizvoda, uz isticanje

raznovrsnosti, kvaliteta i prednosti njihovih roba, ponuđa i/ili usluga („Fabrika ima i pogon za sušenje, pa će se, uskoro, na tržištu naći i čajevi kao i sušeno voće i povrće”);

- analizirani programski sadržaj, odnosno njegovi navedeni segmenti, 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 promociju zdravog načina proizvodnje, podršku domaćim poljoprivrednim proizvođačima, kao i zdravim stilovima života;

- navedeni djelovi emisije imaju naglašeno promotivni karakter i u velikoj mjeri su posvećeni aktivnostima poslovnog subjekta, pri čemu voditelj preuzima ulogu promotera određenih proizvoda, pa se ovakvo preporučivanje smatra telepromocijom (Marko Ljekočević: „Ovo je, znači, prvi sok od maline u Crnoj Gori. Svako dobro. Hvala kolega Nusrete. Jeste zadovoljni?” Novinarka: „Preljep je”; Marko Ljekočević: „Šta kažete, preporučujete dalje?” Novinarka: „Apsolutno, svakome”; Marko Ljekočević: „Hvala Vam na dolasku onda”; Novinarka: „Hvala Vama”). Dakle, citirani segmenti emisije smatraju se oglašavanjem i trebalo je da budu označeni kao telepromocija.

3. 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. Namjera emitera da naglasi pozitivne efekte otkupa tržišnog viška malina i ukaže na pozitivne primjere, koji svojim radnom pomažu domaće poljoprivredne proizvođače i unapređuju tržišni razvoj Crne Gore i proizvodnju zdrave hrane, ne može se prenebregnuti činjenica da djelovi ove emisije imaju naglašeno promotivan karakter.

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-01 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, direktorica Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima, donijela odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „TVCG1” sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru je naloženo da, u skladu sa čl. 140 st. 3 Zakona, informaciju o izrečenoj mjeri objavi u svom programu, u okviru televizijskog programa „TVCG1”, kao i da u pisanoj formi obavijesti Agenciju o načinu (sadržaj, datum i vrijeme) objavljivanja informacije o izrečenoj mjeri.

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.

Pripremila: Anastazija Perović

Odobrila: Jadranka Vojvodić

Dostavljeru:

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

