



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: UP I 02-043/24-79/2
Podgorica, 11.04.2024. godine

Na osnovu člana 40, 139, 140, 141, 143 i 144 Zakona o elektronskim medijima („Sl. list CG“, 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 CG“, br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po službenoj dužnosti, direktorica Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o iz Podgorice, komercijalnom emiteru opšteg televizijskog programa „Televizija Vijesti“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera zbog kršenja čl. 85 st. 1, čl. 88, čl. 89 st.1, čl. 93 st. 1, čl. 95 st. 1 tač. 2 i 138 st. 3 Zakona o elektronskim medijima („Sl. list CG“, br. 46/10, 40/11, 53/11, 6/13, 55/16, 92/17 i 82/20), čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 41 st. 1, 57 st. 2 i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama („Sl. list CG“, br. 36/11) jer, na zahtjev Agencije, nije dostavio zaključene ugovore o sponzorisaniu programskog sadržaja „*Snovi, kuća, dom*“, kao i zbog toga što je dana 09. februara 2024. godine:
 - a) u okviru emisije „*Snovi, kuća, dom*“, u terminu od 17:53:08 do 18:23:08 sati emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, propustio da oglašavanje (telepromociju) učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja i direktno podsticao na kupovinu roba i usluga sponzora programskog sadržaja,
 - b) u terminu od 18:00 do 19:00 sati emitovao oglašavanja u trajanju koje prelazi 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a. kršenja zabrane emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 13 st. 1 i 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - b. kršenja obaveze emitera da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja (član 89 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c. kršenje uslova da sponzorisanji programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu robe ili usluga sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 stav 1 tačka 2 Zakona o elektronskim medijima i član 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - a. kršenje obaveze da u programima komercijalnog emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa (član 93 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 41 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - d. kršenja obaveze emitera da Agenciji za elektronske medije, na njen zahtjev, dostavi sve podatke, informacije i dokumenta koja su neophodna za obavljanje regulatorne funkcije, a u ovom konkretnom slučaju zaključeni ugovor o sponzorisaniu programa

„*Snovi, kuća, dom*“ (član 138 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, član 57 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).

3. Nalaže se privrednom društvu „Televizija Vijesti“, kao komercijalnom emiteru opšteg televizijskog programa „Televizije Vijesti“, da:
 - a) usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Televizije Vijesti“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
 - b) dostavi Agenciji zaključene ugovore ili druge akte kojima su regulisana prava i obaveze u vezi sa sponzorisanjem programskog sadržaja „*Snovi, kuća, dom*“.
4. Privredno društvo „Televizija Vijesti“ je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „Televizije Vijesti“, u emisiji „*Snovi, kuća, dom*“ ili informativnom programu u periodu od 15 do 22 sata, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je privrednom društvu „Televizija Vijesti“, kao komercijalnom emiteru opšteg televizijskog programa „Televizije Vijesti“, upozorenje jer je dana 09. februara 2024. godine, u okviru emisije 'Snovi, kuća, dom' emitovao prikriveno oglašavanje i propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Emiter je upozoren i zbog toga što je sponzorisanom emisijom vršio direktno podsticanje na kupovinu usluga i roba sponzora, što je zabranjeno Zakonom. Emiter je upozoren i zbog toga što je prekoracio zakonom dozvoljeno trajanje oglašavanja po satu emitovanog programa.“
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.aemcq.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanih programskih sadržaja privrednog društva „Televizija Vijesti“ (u daljem tekstu: emiter), kao komercijalnog emitera opšteg televizijskog programa „Televizija Vijesti“, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je konstatovala da je dana 09. februara 2024. godine, u periodu od 17:53:08 do 18:23:08 sati (30 minuta) emitovao programski sadržaj pod nazivom „*Snovi, kuća dom*“.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i njihovoj zastupljenosti u okviru emitovanog programskog sadržaja, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje odgovornosti za kršenje Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.2. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-19.

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. UP I 02-043/24-79/1 od 21.03.2024. 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/protivuslugu (član 8 stav 1 tač. 15 Zakona i član 13 st. 1 i 2 Pravilnika),
- 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 promoviše svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 stav 1 tač. 17 Zakona i član 4 stav 1 tačka n) 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).
- zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona i član 13 stav 1 Pravilnika),
- komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva i može biti u obliku: radijskog i televizijskog oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda (član 88 Zakona),
- radijsko i televizijsko oglašavanje i telešoping moraju biti lako prepoznatljivi i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeni od ostalih programskih sadržaja (član 89 stav 1 Zakona i član 37 stav 1 Pravilnika),
- sponzorisan 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 tačka 2 Zakona i član 61 Pravilnika),
- u programima komercijalnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa (član 93 stav 1 Zakona i član 41 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama)
- pružalac AVM usluge je dužan da, na zahtjev Agencije, dostavi sve podatke, informacije i dokumenta koja su neophodna za obavljanje regulatorne funkcije u ovoj oblasti, u roku koji odredi Agencija, a koji ne može biti kraći od sedam dana (član 138 stav 3 Zakona),
- emiter je dužan da Agenciji, na njen zahtjev, dostavi zaključeni ugovor o sponzorisanoj programu (član 57 stav 2 Pravilnika).

Na osnovu uvida u snimak emitovanog sadržaja, kao i spise predmeta može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 09. februara 2024. godine u terminu od 17:53:08 do 18:23:08 sati (30 minuta) emitovao programski sadržaj pod nazivom „*Snovi, kuća dom*“. Riječ je o tv magazinu produkcijske kuće „*Fine Art Recording*“ – *filmska i tv produkcija*, u okviru kojeg se predstavlja izgradnja, projektovanje i uređenje eksterijera i enterijera stambenih prostora.
2. Na početku programskog sadržaja emitovana je najava kako slijedi:

Voditeljka: „*Veliki pozdrav svima koji ste i danas sa nama. Počinje još jedan magazin 'Snovi, kuća, dom'. Tražimo najbolje ideje i rješenja za izgradnju i uređenje doma, a sve to potkrepljujemo dobrim, korisnim i stručnim savjetima. Ostanite sa nama.*“

Nakon kratkog džingla, u trajanju od četiri sekunde, slijedi:

Voditeljka: „*Kraj zime i početak proljeća je period kada dosta vremena treba posvetiti njegovanju i uređenju dvorišta i bašte. Zbog toga su nam potrebni odgovarajući namjenski alati i mašine.*“

Novinarski tekst (OFF): „Početak proljeća predstavlja optimalno vrijeme za radove u dvorištima i okućnicama. Intenzivno se planiraju i obavljaju vrtlarski poslovi, uklanja se zaostalo opalo lišće, drveće se čisti od oštećenih grana, a takođe se siju i sade mnoge različite kulture, ako imate baštu.“

Tokom emitovanja novinarskog teksta iz prethodnog stava, u periodu od 17:54:12 do 17:54:20 (8 sekundi), u gornjem desnom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija „PP“.

Kao pokrivalice za navedeni tekst korišćeni su snimci na kojima su prikazana lica koja sređuju dvorište (sakupljaju lišće, orezuju i sade različite kulture).

U nastavku programskog sadržaja emitovana je izjava zamjenika šefa poslovnog centra „Cerovo“ iz Podgorice g. Zorana Milovića.

Zoran Milović: „Počinje proljeće, a sam tim i pripremni radovi u našoj bašti, vrtu i okućnici. Kompanija 'Cerovo' osluškuje potrebe svojih kupaca, pa osim toga što smo značajno upotpunili svoj asortiman, u našoj ovomjesečnoj akciji imamo veliki broj trimera, kosačica i motokultivatora. Posebno bih izdvojio brend 'Honda' kojeg odlikuje visok kvalitet i pouzdanost pri radu.“

U nastavku priloga predstavljene su osnovne karakteristike kosačice brenda 'Honda' (modeli, funkcije, izdržljivost, bezbjednost pri radu, ponuda rezervnih djelova i sl.).

Tokom cijelog trajanja ovog segmenta, u periodu od 17:54:44 do 17:57:06 sati (2 minuta 22 sekunde), u gornjem desnom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija „Telepromocija“.

Kao pokrivalice za navedeni tekst korišćeni su panoramski snimci objekta kompanije „Cerovo“, uz krupno kadriranje logoa iste. Takođe je prikazan asortiman proizvoda pomenute kompanije (trimeri, kosačice i sl.), te snimak upotrebe jednog od proizvoda (kosačica 'Honda').

Nakon priloga iz prethodnog stava, emitovane su zanimljivosti o cvijetu magnolija (izgled, gajenje, vrste), potom rubrika „Uradi sam“ u okviru koje se nude savjeti i kreativne ideje za samostalnu izradu određenih proizvoda, te segment označen kao „Prostorija“, tokom kojeg se govorilo o održavanju higijene u kuhinji (sudopera, filteri aspiratora, odjeljci u frižideru i sl.).

U periodu od 18:06:31 do 18:09:05 sati (2 minuta 34 sekunde) emitovane su komercijalne audiovizuelne komunikacije, a potom, u periodu od 18:09:11 do 18:10:14 sati (1 minut 3 sekunde) samopromotivni sadržaj Televizije Vijesti.

Nakon rubrike „Dom iz snova“, u okviru koje je predstavljena savremeno opremljena prizemna kuća (spoljašnji izgled, enterijer kuće), uslijedila je rubrika „Dekoracije“, u periodu od 18:12:51 do 18:16:52 sati (4 minuta 1 sekund) i najava kako slijedi:

Voditeljka: „Svaka kultura i nacionalna kuhinja, pored specifičnih jela i prepoznatljivih ukusa je poznata i po karakterističnom posuđu, a ono što je svima zajedničko jeste drveno posuđe, jel' je ono oduvijek predstavljalo tradiciju na moderan i funkcionalan način.“

Tokom emitovanja novinarskog teksta iz prethodnog stava, u periodu od 18:13:03 do 18:13:10 (7 sekundi), u gornjem desnom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija „PP“.

Novinarski tekst (OFF): „Svako ukusno jelo i dobar recept zahtjeva odgovarajuće posuđe kako za pripremu samog jela, tako i za serviranje i obradu sirovih namirnica. Savremeno kulinarstvo teži praktičnosti inovacijama i otkrivanju novih materijala za proizvodnju posuđa. Međutim, sve češće se vraćamo iskonskim iskustvima i navikama, pa su nam prirodni materijali omiljena stavka na deklaracijama. U tom smislu, drvo zauzima visoku poziciju na listi prirodnih materijala. Tako nailazimo na brojne kuhinjske elemente od drveta koji su pogodni kako za ručno, tako, ako su kvalitetno urađeni i za mašinsko pranje.“

Kao pokrivalice za navedeni tekst korišćeni su snimci zabilježeni unutar radnje „La mia casa“, uz krupno kadriranje određenih proizvoda iz asortima njemačkog brenda „Kela“ (daske za rezanje, oklagije i sl.).

„Poželjno je da materijali od kojih su kuhinjski elementi izgrađeni budu trajni. Takvi su proizvodi njemačkog brenda 'Kela' izrađeni od provjerenih, zdravih i kvalitetnih materijala i to za najrazličitije načine pripreme hrane. Posebno se ističe kuhinjski pribor izrađen od bambusa. Dizajniran je da odgovori svim potrebama, prepoznatim navikama i visokim estetskim zahtjevima savremenih kuhinja. Razne vrste dasaka za obradu namirnica, tučkovi za vagane, za usitnjavanje svježih začina, namjenski valjci za tijesto, oklagije varjače od bambusa njemačkog brenda 'Kela' pronašli smo u home dekor radnji 'La mia casa', čiji se saloni nalaze na Starom aerodromu u Podgorici i u šoping centru 'Butiko' u Radanovićima.“

Tokom emitovanja novinarskog teksta iz prethodnog stava, u periodu od 18:13:53 do 18:14:40 sati (47 sekundi), u gornjem desnom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija „Telepromocija“, a ispod toga, u periodu od 18:13:53 do 18:14:13 sati (21 sekund) logo njemačkog brenda „Kela“.

Kao pokrivalice za navedeni tekst korišćeni su snimci na kojima se vidi više osoba koja učestvuju u pripremanju hrane, kao i krupno kadrirani proizvodi iz ponude njemačkog brenda „Kela“. Takođe su prikazani spoljašnji i unutrašnji snimci objekata u okviru kojeg se nalazi home dekor radnja, uz vidno istaknut naziv i logo kompanija „La mia casa“ i „Elko tim“.

„Drvo, prirodno ima više antibakterijskih svojstava od bilo kog sintetičkog materijala. Ono se bori protiv bakterija i buđi, a tu svoju sposobnost zadržava i kada se od njega napravi posuđe.“

Tokom emitovanja novinarskog teksta iz prethodnog stava, u periodu od 18:14:40 do 18:14:47 (7 sekundi), u gornjem desnom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija „PP“.

„Osim što je drvo zdrav, netoksičan materijal, takođe je i nereaktivan, pa je pribor za konzumaciju meda, najpodesniji, ako je napravljen od drveta. Posude za prihvatanje obrađenih namirnica, integrisane u daskama za rezanje, su posebno funkcionalne, dizajnirane su da budu praktične, kako za upotrebu, tako i za skladištenje, što nije zanemarljiva činjenica.“

Kada je escajg u pitanju, svaki milimetar u fioci u kojoj je smješten može se iskoristiti uz podesive klastere od bambusa. Oni daju i prirodan i sofisticiran izgled ovim, samo naizgled, perifernim segmentima kuhinje. Kuhinjsko posuđe se mijenja, ali drvene kašike i daske za sječenje su izdržale test vremena. Kvalitetna daska za sječenje se u kuhinji koristi svakodnevno, olakšava rad pri spremanju ukusnih obroka, dok su drvene kašike dovoljno izdržljive za miješanje gustih gulaša i soseva. Za razliku od plastičnog posuđa, drvene kašike se neće topiti na visokim temperaturama, niti će, poput metalnih, postati ekstremno vruće pri dodiru sa hranom i vrelim šerpama.“

Takođe, veoma efektno i dekorativno drveno posuđe izgleda i kada ga odaberemo za serviranje hrane. Pored zdjelica i tacni, veoma su praktične i daske sa keramičkim i kamenim dodacima za umake, sireve i masline. Svakodnevno čuvanje hljeba i peciva je najpodesnije u drvenim kutijama, a svježe začine dobijemo mljevenjem u drvenim mlinovima. Kuhinja je prostor namijenjen pripremi hrane. Sređena kuhinja, raznovrsni začini i mirisi mogu dosta da kažu o osobi koja se posvećuje tom važnom segmentu naše svakodnevice. Na tržištu postoji mnoštvo različitog posuđa koje može da nam bude od koristi prilikom spremanja ukusne hrane, ali drveno posuđe je esecijalno da bi se jedna kuhinja smatrala dobrom.“

Kao pokrivalice za navedeni tekst korišćeni su snimci zabilježeni u radnji „La mia casa“, uz krupno kadriranje određenih proizvoda i ambalaže istog, na kojima je istaknut logo brenda „Kela“.

Na samom kraju emisije emitovana je rubrika „Biseri arhitekture“ u okviru koje je prikazan prilog o najljepšem dvorcu u Njemačkoj („Schloss Hohenschwangau“).

3. Na početku/kraju programskog sadržaja, na punom ekranu, emitovano je grafičko (crveni krug sa bijelo ispisanim latiničnim slovima PP) i zvučno obavještenje o postojanju plasmana proizvoda sljedeće sadržine: „Program koji slijedi sadrži plasiranje proizvoda“, odnosno na kraju „Ovaj program je sadržao plasiranje proizvoda“.

4. Na početku/kraju programskog sadržaja emitovano je grafičko obavještenje: „Sponzori emisije“ sa logom sljedećih kompanija: „Cerovo – Pokreće život“; „La mia casa“, „Mango“ i frizerski salon „Zoran“.
5. Segment programskog sadržaja u kojem se govorilo o korišćenju drvenog posuđa (rubrika „Dekoracije“), može se smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer su u njemu plasirane informacije od značaja samo za određeni privredni subjekt (kompanija „La mia casa“), njegov prodajni objekat i dio njegove ponude (drveno posuđe brenda „Kela“). Imajući u vidu da je kompletan segment (rubrika) posvećen ovoj temi predstavljao zaokruženu cjelinu, emiter je propustio da ga, tokom čitavog njegovog trajanja (4 minuta 1 sekund), označi kao telepromociju a ne samo njegov dio u trajanju od 47 sekundi.
6. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, navedeni dio predmetnog programskog sadržaja može se smatrati prikrivenom komercijalnom audivizuelnom komunikacijom, odnosno prikrivenim oglašavanjem konkretnog subjekta (kompanije „La mia casa“) sa jasno promotivnim elementima (opisima i prednostima proizvoda brenda „Kela“).
7. Postojanje prikrivenog oglašavanja u predmetnom segmentu (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagladati na osnovu nekoliko elemenata i to:
 - predstavljen je konkretni poslovni subjekt (kompanija „La mia casa“), odnosno dio njegove ponude roba, na način da se preporučuje njihova kupovina i korišćenje.
 - predstavljanja prodajnog objekta sponzora (kompanija „La mia casa“) kroz korišćenje snimaka zabilježenih u njemu, te obraćanje gledaocima kao potencijalnim kupcima, što se posebno naglašava kroz krupno kadriranje određenih proizvoda i ambalaže istog, na kojima je istaknut logo brenda „Kela“.
 - analizirani programski segment mogao je dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode, odnosno pogodan je da uvjeri da je riječ o sadržaju koji nije komercijalne prirode. Takvo dovođenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji je predstavljena ponuda kompanije „La mia casa“ i prednosti korišćenja posuđa kakvo je posuđe brenda „Kela“, u okviru uredničkog sadržaja kakav je emisija „Snovi, kuća, dom“ i predstavljanja prednosti korišćenja posuđa od drveta.
8. Na navedeni način, emiter je zanemario obavezu da sponzorisanji programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.

Jer, kod sponzorstva, promocija sponzora (imena, robe/usluge, aktivnosti) je posredna i ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjereno. Time što su za pokrivalice priloga korišćeni snimci spoljašnjosti i unutrašnjosti objekata u okviru kojeg se nalazi home dekor radnja, uz vidno istaknut naziv i logo kompanija „La mia casa“ (sponzor emisije), emiter je na neprimjeren način vršio njegovo označavanje.
9. U periodu od 18:00 do 19:00 sati emitovano je ukupno 11 minuta 51 sekund oglašavanja. Ono uključuje i oglasni blok izvan predmetne emisije, emitovan u periodu od 18:24:30 do 18:28:43 sati (4 minuta 13 sekundi), kao i oglašavanje unutar informativnog sadržaja „Vijesti u pola 7“, u periodu od 18:57:47 do 18:58:50 (1 minut 3 sekunde).

Shodno tome, prekršena je zakonska obaveza da u programima komercijalnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa.
10. Emiter nije dostavio ugovor o sponzorisanju predmetnog programskog sadržaja i time prekršio obavezu da, na zahtjev Agencije, dostavi akt kojim su regulisana njegova prava i prava i obaveze u vezi sa sponzorisanjem.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-19, emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 85 stav 1, čl. 88, čl. 89 stav 1, čl. stav 1 i 95 st. 1 tač. 2 i 138 stav 3 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 41 st. 1, 57. st 2 i čl. 61 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktorica Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona, donijela odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „Televizije Vijesti“ 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, 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.



Dostavljeno:

- Privrednom društvu „Televizija Vijesti“, direktoru
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za nadzor nad radom pružalaca AVM usluga
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Služba za zajedničke poslove

Pripremila: Marija Baykal *UB*

Odobrila: Jadranka Vojvodić *JV*