



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 942/3
Podgorica, 24.07.2017. godine

Na osnovu člana 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11 i 06/13) i člana 196 Zakona o opštem upravnom postupku ("Sl. list RCG", br. 60/03 i "Sl. list Crne Gore", br. 73/10 i 32/11), direktor Agencije za elektronske medije donosi

R J E Š E N J E

1. Privrednom društvu „**M-Corona**“ d.o.o. iz Bara, emiteru televizijskog programa „**TV Corona**“ izriče se **upozorenje** kao upravno-nadzorna mjera **jer je** prilikom emitovanja emisije „**Jutarnji program**“ dana 13. juna 2017.g. u terminu od 08:00:26 do 09:50:05 sati, nepotpuno označio na početku i na kraju emisije da je sponzorisan (što je propisano članom 95 st. 1 al. 3 i 4 Zakona o elektronskim medijima i članom 58 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11)) i emitovao dva bloka oglasa u razmaku kraćem od 20 minuta (što je suprotno članu 50 stav 3 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama), čime je prekršio tač. 7.1. Odobrenja za emitovanje O-TV-K-04 od 21.07.2011. godine.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a. neispunjavanja uslova za sponzorisan programi moraju jasno biti označeni da su sponzorisan, odnosno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa (član 95 st. 1 al. 3 i 4 Zakona o elektronskim medijima i član 58 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
 - b. kršenja obaveze da, ako se programi prekidaju emitovanjem oglasa, između dva bloka emitovanja oglasa mora proći najmanje 20 minuta (članu 50 stav 3 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „M-Corona“ d.o.o. iz Bara, da usaglasa emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV Corona“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „M-Corona“ d.o.o. iz Bara je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja objavi u u okviru televizijskog programa „TV Corona“ u okviru emisije „Jutarnji program“.
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.ardcg.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „TV Corona“, privrednog društva „M-Corona“ d.o.o. (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je isti emitovao emisiju „Jutarnji program“ dana 13. juna 2017.g. u terminu od 08:00:26 do 09:50:05 sati.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešće ovih sadržaja u emisiji „Jutarnji program“, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je pokrenula postupak za utvrđivanje da li došlo do kršenja Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: Zakon), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: Pravilnik) i izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-04.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona o elektronskim medijima i članom 8 Zakona o opštem upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornog programskog sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-942/1 od 26.06.2017.g.).

Dana 06.07.2017 emiter je dostavio izjašnjenje (zavedeno kod Agencije pod br. 02-942/2 od 06.07.2017.g.), u kojem je ukazano sljedeće:

- „ako je napravljena greška, nije bila sa namjerom da se ne ispoštuju Zakoni i Pravilnici“.
- „ni jedan 'sponzor' ne može uticati ili na bilo koji način se mješati u uređivačku politiku, na sadržaj, niti na raspored sadržaja emitovanog programa Televizije Corona“.
- „telop 'Prijatelji Jutarnjeg programa' Televizije Corona, u tom trenutku, Luka Bar, Cakan-sport i Gold kafa, je išao nakon emitovanja priloga iz Ministarstva zdravlja... i prilog iz Ministarstva prosvjete“ . Naime, navodi se da „ni jedan od ovih 'prijatelja' kao privredni subjekt, i njihovo poslovanje, nema nikakve veze sa zdravstvom, niti sa prosvjetom, da bi se u tom trenutku desila njihova bilo direktna, bilo indirektna promocija prema njihovim ciljnim grupama“.
- „što se tiče 'Nagradne igre' voditeljica Jutarnjeg programa se zahvalila prijateljima Gold kafi i Family shopu i Indian shopu koji su opremili studio“, navodeći da se „ne radi o nagradnoj igri, već bukvalno o poklonu Televizije Corona i Gold kafe gledaocima, jer ne postoji nikakvo takmičenje i nadmetanje, već samo telefonski poziv putem fiksnog telefona koji ima troškove upotrebe telefona u fiksnoj mreži, kao i svaki drugi poziv i ne tarifira se dodatno“. Nadalje, u izjašnjenju se navodi da „ne postoji ni bilo kakav interes Televizije Corona, jer Televizija nikakav finansijski, ili bilo koji drugi interes ne ostvaruje, osim interesa da pokloni dnevno kilogram kafe svojim gledaocima“, kao i da „prihvataju tu voditeljsku grešku, koja je napravljena iz neiskustva voditeljice koja odrađuje pripravnički staž u Televiziji Corona i prvi put je direktno uključena u mediju kao što je Televizija“.
- „prihvatamo i grešku o ne postojanju pauze od 20 minuta između 2 reklamna bloka“, kao i da „nije bila namjera kršenje Zakona i Pravilnika niti sticanje bilo kakve koristi za emitera“.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih sadržaja došlo do kršenja propisanih standarda o komercijalnim AVM komunikacijama, Agencija je posebno imala u vidu sljedeće:

- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva učešće fizičkog ili pravnog lica, koje se ne bavi djelatnošću pružanja AVM usluga, niti proizvodnjom audiovizuelnih radova, u finansiranju radijskih i/ili televizijskih programa, s ciljem da promovise svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 Zakona). Članom 95 st. 1 al. 3 i 4 Zakona i članom 58 Pravilnika je propisano da sponzorisan program mora jasno biti označen da su sponzorisan, odnosno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.
- Članom 50 stav 3 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama je propisano da „ako se programi prekidaju emitovanjem oglasa, između dva bloka emitovanja oglasa mora proći najmanje 20 minuta, osim u programima koji se sastoje od posebnih djelova, ili sadrže prirodne prekide, za koje je umetanje oglasa posebno regulisano ovim Pravilnikom“.

Na osnovu uvida u snimak emitovanog sadržaja i izjašnjenje emitera, može se konstatovati sljedeće:

- emisija „Jutarnji program“ je programski sadržaji kolažnoga tipa, sadržinski strukturiranom po satu, sa vijestima, servisnim informacijama, brojnim priložima o aktuelnostima iz svih oblasti, stalnim rubrikama, gostima u studiju, marketingom itd.
- predmet monitoringa je bila emisija emitovana 13. juna 2017. godine u terminu od 08:00:26 do 09:50:05 sati.

- Na početku i na kraju emisije nije emitovano bilo kakvo zvučno i vizuelno obavještenje (telop ili slično) da je „Jutarnji program“ sponzorisan emisija. Tek nakon vijesti „Info plus“, vremenske prognoze, pregleda servisnih informacija, horoskopa i priloga sa press konferencije Ministarstva zdravlja, prikazano je grafičko obavještenje - telop „Prijatelj jutarnjeg programa „Luka Bar“, „Cakan sport“ i „Gold“ caffe – pržena mljevena kafa“ (logotipi sponzora) u ukupnom trajanju od jednog minuta (08:28:44 – 08:29:44).
- u terminu od 08:00 do 09:00 sati emitovana su dva oglasna bloka, sa najavnom i odjavnom špicom, u ukupnom trajanju od 3 minuta 08 sekundi (08:37:15 – 08:40:23 i 08:57:46 – 09:00:54). Između dva bloka je prošlo 17 minuta 23 sekunde, što je manje od predviđenih 20 minuta, saglasno članu 50 stav 3 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama.
- Nakon prvog reklamnog bloka voditeljica jutarnjeg programa saopštava: ...*"Zahvaliti ćemo se našim prijateljima 'Gold' kafa – uvijek dobra ideja za lijep početak jutra i dana. Za ovako lijep studio 'Family shop' i 'India shop'. Emiter je u izjašnjenju naveo da se „voditeljica jutarnjeg programa se zahvalila prijateljima Gold kafi i Family shopu i Indian shopu koji su opremili studio"*.

Dok se za subjekte sa imenom ili zaštitnim znakom „Luka Bar“, „Cakan sport“ i „Gold“ caffe može zaključiti da su sponzori emisije („prijatelj“, kako ih naziva emiter), to nije moguće uraditi za „Family shop“-a i „India shop“-a. Dakle, emiter je propustio da na jasan način pruži informaciju da li su subjekti čiji su zaštitni znaci ili ime „Family shop“ i „India shop“ sponzori emisije ili oglašivači, čije je proizvode ili usluge emiter predstavio (promovisao) pominjanjem zajedno sa jednim od sponzora emisije.

Može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnih sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu kršenja obaveze da sponzorisan programi moraju jasno biti označeni da su sponzorisan, odnosno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa, kao i obaveze da između dva bloka emitovanja oglasa mora proći najmanje 20 minuta.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-04 od 21.07.2011. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio član 95 st. 1 al. 3 i 4 Zakona i člana 50 st. 3 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktor Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „TV Corona“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „M-Corona“ d.o.o. iz Bara je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu, u okviru emisije „Jutarnji program“.

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 „M-Corona“ d.o.o.
- Arhiva

DIREKTOR
Abaz Beli Džafić

