



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 880/2
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

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „AST“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „TV Prva“, izriče se **upozorenje**, kao upravno-nadzorna mjera jer je, prilikom emitovanja emisije „Tačno 1“ dana 22. maja 2017.g. u terminu od 13:00:04 do 14:04:54 sati, emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (što je zbranjeno članom 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11)), propustio da oglasne sadržaje učini jasno prepoznatljivim (što je propisano članom 88 Zakona o elektronskim medijima) i prekršio obavezu da telepromocija, kao vid oglašavanja, mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja (što je propisano čl. 37 stav 1 i 53 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama), čime je prekršio tač. 7.1. Odobrenja za emitovanje O-TV-K-15 od 21.07.2011.godine.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a. emitovanja prikrievanih komercijalnih audiovizuelnih komunikacija (član 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i član 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
 - b. emitovanja komercijalne audiovizuelne komunikacije koje nijesu jasno prepoznatljive (član 88 Zakona o elektronskim medijima).
 - c. emitovanja telepromocije, kao vida oglašavanja, koja nije prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja (član 37 stav 1 i 53 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „AST“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV Prva“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „AST“ d.o.o. 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 okviru televizijskog programa „TV Prva“ u okviru emisije „Tačno 1“.
5. Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja.
6. Ovo rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.ardca.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

Obrazloženje

Redovnim monitoringom emitovanog opšteg televizijskog programa „TV Prva“, privrednog društva „AST“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je isti emitovao emisiju „Tačno 1“ dana 22. maja 2017.g. u terminu od 13:00:04 do 14:04:54 sati.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešće ovih sadržaja u emisiji „Tačno 1“, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je 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 br. O-TV-K-15.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona 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. 02-880 od 06.06.2017.g.).

Dana 08.06.2017.g. emiter je dostavio Agenciji pisano izjašnjenje (akt zaveden pod br. 02-880/1 od 08.06.2017.g.) u kojem se navodi da je „*ljudskom greškom (faktorom) prilog emitovan dan ranije nego što je košuljicama bilo predviđeno, pa samim tim pri finalizovanju krajnjeg proizvoda u montaži nije označen karakter sadržaja (u pomenutom slučaju PR-ili telepromocija za klijenta Televizije)*“.

Nadalje, emiter je ukazao da „*tehnički nije bilo izvodljivo da se u toku živog prenosa u tako kratkom roku insertuju grafički elementi koji su potrebni kako bi se sadržaj vidno označio potrebnim informacijama*“. On ukazuje da je „*neusaglašavanje oko datuma emitovanja spornog sadržaja povelu za sobom da tehnička lica koja su zadužena da insertarciju klasičnih reklamnih blokova (sječe) nijesu bile u mogućnosti da tokom živog programa reaguju na dužinu istih, kako bi se ispoštovala kvota od 9 minuta u komercijalnom satu (oglas i telepromocija)*“.

Emiter je uz izjašnjenje dostavio Ugovor o zakupu reklamnog prostora zaključen dana 01.05.2017.g. u Podgorici između privrednih društava „AST“ d.o.o. i „Savana Commercial Retail“ d.o.o. (akt zaveden kod privrednog društva „AST“ d.o.o pod br. 070 od 01.05.2017.g., u daljem tekstu: ugovor). U izjašnjenju emiter navodi da „*shodno njihovoj prodajnoj politici klijenti koji zakupe reklamno vrijeme na mjesečni ili višemjesečni period ostvaruju mogućnost gratis podrške u vidu PR-a*“, što je i predviđeno članom 2 st. 3 Ugovora koji glasi da „*... uz dogovoreni media plan, klijent dobija i gratis dva PR-a u emisiji 'Tačno' 1*“.

Na kraju izjašnjenja emiter navodi da „*će u narednom periodu dokazati da svoj način poslovanja bazira isključivo na standardima koji su propisani Zakonom i važećim pravilnicima*“.

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

- članom 85 st. 1 Zakona i članom 13 st. 1 Pravilnika zabranjene su prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije. Članom 4 Zakona i članom 4 Pravilnika one su definisane kao 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;
- članom 88 Zakona je propisano da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva;
- 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 Pravilnika). Članom 37 st. 1 i 53 st. 2 Pravilnika propisano je da telepromocija mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja.

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

- emisija „Tačno 1“, emituje se svakodnevno u terminu od 13:00 do 14:00 sati, kao kombinacija informativnog i zabavnog sadržaja, tzv. infotainment. Uobičajeno, prvih 15-20 minuta su informativni sadržaji (vijesti i informacije iz zemlje i svijeta, region, sport i vrijeme), a nakon toga sadržaji zabavnog karaktera (domaće i inostrane informacije i priloge iz svijeta muzike, filma, kulture i si.).
- predmet monitoringa je bio prilog, u emisiji „Tačno 1“ od 22. maja 2017.g., posvećen Hotelu Ramada i emitovan u terminu od 13:45:06 do 13:48:06 sati, u trajanju od 3 minuta, sa sljedećom sadržinom (transkript):

Najava: U narednim minutima pripremili smo i priču koja će biti interesantna svim ljubiteljima slasnog zalogaja. Vodimo vas slikom u Hotel Ramada, koja od nedavno nedjeljom nudi veoma zanimljivu ponudu svim posjetiocima – brunch paket. Evo detalja.

Glasovni komentar (glas iz off-a): U Hotelu Ramada proteklog vikenda predstavljena je specijalna ponuda hotela koja će biti primamljiva svim ljubiteljima dobrog i slasnog zalogaja. Naime, od 14. maja svake nedjelje posjetioci Hotela Ramada mogu da uživaju u sjajnim đakonijama u okviru nedjeljnog brunch-a u terminu od 11 do 16 časova.

Ton / Dražen Brajović, PR Hotela Ramada: Nedjeljni brunch svakako je prava prilika da nam se naši građani pridruže sa porodicom i prijateljima i provedu savršenu nedjelju uz zaista sjajan izbor hrane i pića.

Glasovni komentar (glas iz off-a): Nedjeljni brunch u Ramadi idealna je prilika za porodična okupljanja i druženje. Osim bogate ponude hrane i pića obezbijeđen je i poseban prostor za zabavu mališana. U Hotelu Ramada su se potrudili da vam nedjelja bude istinski dan za uživanje i odmor. Obezbiđen je i besplatan parking, kao i piće dobrodošlice.

Ton / Dražen Brajović, PR Hotela Ramada: Ova ponuda zapravo je fina šetnja internacionalnom kuhinjom, dok će svi naši gosti u uvodnom dijelu uživati u selekciji mesnih specijaliteta i sireva, kao i u osvježavajućem izboru salata uz zanimljive dresinge. Svakako naša preporuka za topla jela su teletina, jagnjetina, junetina sa raznim sosevima, a od ribljih specijaliteta predlažemo lignje, brancin i oradu.

Glasovni komentar (glas iz off-a): A za dezert vas očekuju miksevi domaćih kolača po specijalnim receptima, koje možete pronaći samo u hotelskom restoranu Panorama.

Ton / Dražen Brajović, PR Hotela Ramada: Zvuci lagane muzike i prijatan žamor sa zaista jedinstvenim pogledom na Glavni grad, topao i ugodan enterijer, diskretna usluga i stalna dopuna ponude hrane zaista su preporuka za trenutke nedjeljnog uživanja u Ramadinoj Panorami. Svakako da iskoristim priliku da pomenem još jednu izuzetno atraktivnu ponudu Hotela Ramada. Naime, radi se o business lunch-u savršenom receptu za uspješan ostatak dana na poslu, gdje su naši gosti u prilici da naprave predah od svakodnevnih obaveza i osjete jedinstven ukus naših specijaliteta. Čorba, glavno jelo, salata, dezert i bezalkoholno piće po izuzetno pristupačnoj cijeni od samo 8 eura.

Glasovni komentar (glas iz off-a): Osim navedenih ponuda, Hotel Ramada nudi sijaset drugih veoma primamljivih akcija noćenja, organizacije proslava, seminara i brojnih drugih dešavanja po veoma povoljnim cijenama. (KRAJ)

- Prilog počinje i završava se slikama ulaza u hotel Ramada (sa vidljivim logom hotela), i u nastavku je pokriven pokretnim slikama na kojim je prikazana unutrašnjost restorana sa dominantnim slikama gastronomske ponude koja je predmet priloga. U tri navrata ulogu prezentera preuzima PR hotela Ramada. Sve to bez ikakve oznake da se radio o oglašavanju (telepromociji).
- Prilog koji je predmet analize predstavlja komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, odnosno oglašavanje u vidu telepromocije, koju emiter nije učinio jasno prepoznatljivom. U svom izjašnjenju i emiter sam prepoznaje da se radilo o tome, te da je samo usljed tehničkog propusta izostalo adekvatno označavanje (telepromocija) i samim tim raspoređivanje u skladu sa maksimalno dozvoljenim učešćem oglašavanja po satu emitovanog programa.

- Zbog izostanka adekvatnog označavanja, predmetni prilog se može okarakterisati kao prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija odnosno oglašavanje, posebno imajući u vidu sljedeće:
 - o prilogom je predstavljen segment ponude poslovnog subjekta, preporučivanjem kupovine i isticanje prednosti ponude i cijene. On sadrži promotivni element jer predstavlja obraćanje gledaocu, kao potrošaču, sa ciljem da se utiče na njegovu odluku o kupovini.
 - o prilog može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu njegove stvarne prirode. Formulisan je na način koji je pogodan da ga uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode. To je prevashodno moguće zbog načina na koji prilog predstavlja ponudu, u formi novinarskog priloga, kroz „priču koja će biti interesantna svim ljubiteljima slasnog zalogaja”.
 - o nedvosmisleno je da navedeno predstavljanje ima komercijalnu prirodu, bez obzira na to da li je predstavljanje izvršeno u zamjenu za novčanu ili drugu naknadu. Sadržaj je u cjelini posvećen promociji ponude poslovnog subjekta. Ne postoji tema kojom se sadržaj bavi (izuzev promotivnog elementa) čime bi za navedeno postojalo uređivačko opravdanje.

Može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnog sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, obaveze da telepromocija (kao vid komercijalne audiovizuelne komunikacije) mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja, bez obzira da li se pruža sa ili bez naknade.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-15 od 21.07.2011. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emiter prekršio čl. 85 st. 1 i 88 Zakona i čl. 13 st. 1, 37 st. 1 i 53 st. 2 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 „TV Prva” sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru 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 „Tačno 1”.

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.
- Arhiva

DIREKTOR
Abaz Beli Džafić

