



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 431/3

Podgorica, 10.04.2019. godine

Na osnovu čl. 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11, 06/13, 55/16 i 92/17) i člana 18 Zakona o upravnom postupku ("Sl. list Crne Gore", br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po službenoj dužnosti, direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „**Lutrija Crne Gore**“ a.d. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „**777 TV Lutrija Crne Gore**“, izriče se **upozorenje** kao upravno-nadzorna mjera jer je, dana 14. marta 2019. godine, u okviru jutarnjeg programa „**Uz jutarnju kafu sa Vladimirom**“ u terminu od 08:28:00 do 08:31:04 sati (3 minuta 4 sekunde), emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (oglašavanje).
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (što je zabranjeno članom 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11) i kršenja obaveze da telepromocija, kao vid oglašavanja, odnosno komercijalne audiovizuelne komunikacije, mora biti jasno prepoznatljiva (što je propisano članom 88 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru opšteg televizijskog programa „777 TV Lutrija Crne Gore“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „777 TV Lutrija Crne Gore“ objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:
„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru „777 TV Lutrija Crne Gore“ upozorenje zbog emitovanja prikrivenog oglašavanja, odnosno neoznačene telepromocije u okviru jutarnjeg programa „Uz jutarnju kafu sa Vladimirom“, dana 14. marta 2019. godine.“
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.

Obrazloženje

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „777 TV Lutrija Crne Gore“, privrednog društva „Lutrija Crne Gore“ a.d. (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je isti dana 14. marta 2019.godine, u toku jutarnjeg programa „Uz jutarnju kafu sa Vladimirom“, u terminu od 08:28:00 do 08:31:04 sati (3 minuta 4 sekunde), emitovao telepromociju koja nije bila označena (nalaz Sektora za monitoring broj 05-431 od 20.03.2019. godine).

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVN komunikacijama, 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-08.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-431/1 od 21.03.2019.g.).

Dana 29.03.2019. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje povodom navedenog zahtjeva (akt broj 02-431/2 od 29.03.2019. godine), u kom se navodi da „... da je 'Lutrija Crne Gore' a.d. Podgorica zaključila Ugovor o poslovnoj saradnji sa kompanijom 'Voli trade' d.o.o iz Podgorice br. 1987 od 08.06.2018. godine, po osnovu kojeg... ima obavezu ustupanja oglasnog prostora, promocije i reklamiranja 'Voli trade' d.o.o. i povezanih kompanija na '777 TV Lutrija Crne Gore' shodno članu 2 Ugovora... emitovanjem sadržaja u smislu promocije 'Voli Motors BMW'... predstavlja ugovornu obavezu 'Lutrije Crne Gore' a.d. kao vlasnika '777 TV Lutrija Crne Gore' shodno navedenom Ugovoru, te smatraju da nije riječ o prikrivenoj i prevamoj komercijalnoj audiovizuelnoj komunikaciji, jer 'Lutrija Crne Gore' a.d. Podgorica nije prekršila čl. 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima iz razloga što emitovani sadržaj ne upućuje na prikrivene i prevame audiovizuelne komunikacije.“.

Emiter u izjašnjenju dalje navodi da su „... uredništvo i tehnika '777 TV Lutrija Crne Gore' koja je realizovala navedenu emisiju napravila nehatni propust, što nijesu na zakonom propisani način vizuelno označili prilog kako bi se znalo da se radi jasno prepoznatljivoj komunikaciji“.

Na kraju izjašnjenja, emiter je naveo da se „... u konkretnom slučaju isključivo radi o poslovno - tehničkoj saradnji i poštovanju ugovorenih obaveza između 'Voli trade' d.o.o. i 'Lutrije Crne Gore' a.d. Podgorica, jer se uvidom u ostale sadržaje može... utvrditi da 'Lutrija Crne Gore' a.d. Podgorica marketinški promoviše 'Voli trade' d.o.o. u više segmenata. Takođe, voditelj emisije se nije direktno bavio reklamno - propagandnim djelatnostima u konkretnom slučaju, već je prilog sačinjen u formatu novinarskog teksta (OFF). Stoga smatraju da se ne radi o prevamoj ili prikrivenoj komercijalnoj audiovizuelnoj komunikaciji, jer namjera uredništva '777 TV Lutrija Crne Gore' nije bila da emitovani sadržaj na bilo koji način dovode u zabludu lica kojima je upućeno ili do kojih je dopirao, niti da utiče na njihovo ekonomsko ponašanje i škodi eventualnom konkurentu“.

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

- televizijsko oglašavanje je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva emitovanje bilo kojeg 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, 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).
- 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 1 tač. 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 st. 1 al. 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 (čl. 88 Zakona).
- namjera predstavljanja prikrivenim komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama smatra se posebno istaknutom ukoliko je izvršena u zamjenu za novčanu nadoknadu ili sličnu protivuslugu (član 13 stav 2 Pravilnika).

Na osnovu uvida u snimke emitovanih sadržaja, kao i izjašnjenja emitera može se konstatovati sljedeće:

1. Dana 14. marta 2019. godine, u okviru jutarnjeg programa „Uz jutarnju kafu sa Vladimirom“, u terminu od 06:57:06 do 09:57:12 sati (3 sata 6 sekundi), emitovan je prilog o predstavljanju novog modela BMW Serije 3 u salonu ovlašćenog distributera automobila za Crnu Goru „Voli Motors“, u terminu od 08:28:00 do 08:31:04 sati (3 minuta 4 sekunde).
2. Tokom emitovanja priloga, na ekranu nije bilo vidljivo grafičko obavještenje da je u pitanju komercijalna AV komunikacija (plaćeni termin, telepromocija i sl.).

U nastavku je dat transkript emitovanog programskog sadržaja koji je predmet postupka:

Najava: „Voli Motors BMW predstavio je u svom MINI prodajno-servisnom centru novi BMW Serije 3, koji je već dugi niz godina najpopularniji BMW model. Promoter nove Serije 3 je Noris Kol (Norris Cole), trojka Budućnost Voli-ja.“

Novinarski tekst (OFF): „Nova Serija 3 dolazi u četiri linije dizajna: Advantage, Sport Line, Luxury Line i M sport trim, kao vjerovatno najatraktivnija linija nove generacije. U zavisnosti od toga koju liniju klijent izabere, može računati na karakteristične spoljne lajsne, dizajn točkova, unutrašnje lajsne i formu sjedišta. Najveća promjena u enterijeru novog modela je centralni informacioni ekran od 10,25 inča koji je spojen sa instrument tablom. Dolaze u tri različita paketa: Live Cockpit, Live Cockpit + i Live Cockpit Professional. Ko hoće, može da zadrži tradicionalne okrugle detalje na informacionoj tabli, a ko ne želi, može da se preorjentiše na novi interfejs ID7 sa multifunkcionalnom instrument tablom.“

Vladan Spasojević, generalni menadžer „Voli Motors-a“: „Serija 3, koja sada nosi kodnu oznaku G20 i koja se pojavljuje 45 godina poslije pojavljivanja prve Serije 3. Karakteristika koju želimo da naglasimo sa novom Serijom 3, prije svega u pitanju je vozilo sa sportskim karakterom, sa naglaskom na agresivnost...sa naglaskom na agresivnost, a uz to narasla je u odnosu na prethodni model čitavih 7,6 santimetara, od kojih 4,1 santimetar otpada na povećanje međuosovinskog rastojanja. Drugim riječima, vozilo će biti komfornije, udobnije, povoznije nego što je to bio prethodni model. Startna cijena za model 320d koji već može da se poruči je 37 990. Iskoristio bih priliku da dodam da je Voli Motors za prezentaciju nove Serije 3 pripremio specijalnu lizing akciju za model 318d, sa jako lijepom dodatnom opremom, koji sada na operativni lizing može da se uzme za mjesečnu ratu od 499 eura.“

Novinarski tekst (OFF): „Promoter nove Serije 3 je Noris Kol, trojka Budućnost Voli-ja.“

Noris Kol, košarkaš „Budućnost Voli-ja“: „Nova Serija 3 je moj novi omiljeni BMW model. Radi se o veoma luksuznom i komfornom vozilu, sa dosta prostora i na prednjem i na zadnjem sjedištu. Dolazi u više varijanti: sportskoj i luksuznoj.“

Novinarski tekst (OFF): „Nakon predstavljanja, organizovano je druženje sa igračima Budućnost Voli-ja, koji su učestvovali u basket mini turniru za prisutne. Na promociji su bili izloženi i stariji modeli Serije 3.“

3. Kao pokrivalice za navedeni novinarski tekst korišćeni su kadrovi automobila snimljeni u prodajnom salonu „Voli Motors“. Dominantni su krupni kadrovi djelova automobila o kojem je riječ u prilogu. Tokom priloga je u nekoliko navrata prikazan promoter vozila košarkaš Noris Kol. U prilogu su takođe korišćene pokrivalice na kojima se nalaze kadrovi sa učesnicima basket mini turnira.
4. Emitovani jutarnji program je na početku i na kraju označen kao sponzorisan program (cvječara „Habitat“), dok je prilikom odjave u gornjem lijevom uglu ekrana emitovana oznaka PP, kojom je označen plasman proizvoda.
5. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da, u formi novinarskog priloga, obavijeste gledaoce o karakteristikama novog modela, predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku emisije / programa. Jer, u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja za samo određenu marku odnosno seriju vozila te marke, kao i dostupnosti i cijeni pojedinih modela vozila na tržištu („Serija 3, koja sada nosi kodnu

oznaku G20 i koja se pojavljuje 45 godina poslije pojavljivanja prve Serije 3. Karakteristika koju želimo da naglasimo sa novom Serijom 3, prije svega u pitanju je vozilo sa sportskim karakterom, sa naglaskom na agresivnost...sa naglaskom na agresivnost, a uz to narasla je u odnosu na prethodni model čitavih 7,6 santimetara, od kojih 4,1 santimetar otpada na povećanje međuosovinskog rastojanja. Drugim riječima, vozilo će biti komfornije, udobnije, povoznije nego što je to bio prethodni model. Startna cijena za model 320d koji već može da se poruči je 37 990. Iskoristio bih priliku da dodam da je Voli Motors za prezentaciju nove Serije 3 pripremio specijalnu lizing akciju za model 318d, sa jako lijepom dodatnom opremom, koji sada na operativni lizing može da se uzme za mjesečnu ratu od 499 eura.")

6. 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 je predstavljen poslovni subjekt na način da se preporučuje novi model automobila (BMW Serije 3), koji se nalazi u njegovoj ponudi, uz isticanje prednosti ponude, a sagovornik se gledaocu obraća kao potencijalnom kupcu. Na osnovu navedenog sadržaj nedvosmisleno sadrži promotivni element;

- analizirani programski sadržaj 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 koji sadržaj prezentuje ponudu, u formi novinarskog priloga, kroz navođenje da se između ostalog radi o „... druženju sa igračima 'Budućnost - Volija, koji su učestvovali u basket mini turniru za prisutne'“;

- prilog je naglašeno provomotivnog karaktera, za koji se ne može naći uredničko opravdanje. Sadržaj je prevashodno posvećen promociji poslovnog subjekta „Voli Motors“ d.o.o. i njegove ponude (BMW Serije 3).

7. Predstavljanje modela automobila (BMW Serije 3), u predmetnom prilogu, izvršeno je u zamjenu za novčanu naknadu što potvrđuje ugovor zaključen između emitera i privrednog društva „Voli trade“ d.o.o. (član 3) koji je emiter dostavio kao prilog izjašnjenja. To potvrđuje i stav 2 člana 2 ugovora koji propisuje da su „ugovorene strane saglasne da shodno potrebama Volija i njegovom media planu, Lutrija obezbijedi istoj sponzorstvo emisija u okviru TV 777, grafički i tekstualni kajron, PR gostovanje, EPP reportažu, kao i baner na sajtu“. Emiter je u svom izjašnjenju istakao da se „voditelj emisije nije direktno bavio reklamno - propagandnim djelatnostima u konkretnom slučaju, već je prilog sačinjen u formatu novinarskog teksta (OFF)“ u čemu se i ogleda njegova namjera da predmetno oglašavanje „sačini u formi novinarskog teksta“ i samim tim dovede gledaoce u zabludu u vezi sa prirodom samog priloga.

Imajući u vidu navedeno, može se utvrditi postojanje namjere prikrivenog oglašavanja posebno imajući u vidu da je isto izvršeno u zamjeni za novčanu nadoknadu (član 13 stav 2 Pravilnika).

Takođe, može se zaključiti da je predmetni prilog trebalo da bude označen kao telepromocija.

Emiter je emitovanjem predmetnog sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i da telepromocija mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O - TV - K - 08 od 21.07.2011. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emiter emitovanjem predmetnih sadržaja prekršio član 85 st. 1 i 88 st. 1 Zakona i član 13. st. 1 i 37 st. 1 Pravilnika u dijelu zabrane emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i obaveze da komercijalna audiovizuelna komunikacija bude jasno prepoznatljiva i odvojena od ostalih programskih sadržaja.

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 televizijskog programa „777 TV Lutrija Crne

Gore" sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Lutrija Crne Gore" a.d. iz Podgorice je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu.

Ovo rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.aemcg.org.

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 „Lutrija Crne Gore" a.d.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Arhiva

