



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 683/3
Podgorica, 02.07.2019. godine

Na osnovu člana 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

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**, u okviru programskog sadržaja „*Venčanje od A do Da*“ dana 15. maja 2019. godine u terminu od 18:36:42 do 19:10:28 sati (33 minuta 46 sekundi), kao i dana 16.05.2019.g. prilikom repriziranja istog programskog sadržaja u terminu od 10:07:07 do 10:40:53 sati, emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i propustio da oglašavanje učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 13 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11));
 - b) kršenja obaveze emitera da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojenom od ostalih programskih sadržaja (član 89 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „M-Corona“ d.o.o. iz Bara, da usaglasí 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, u okviru televizijskog programa „TV Corona“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru 'TV Corona' upozorenje jer je dana 15. i 16.05.2019.godine u okviru programskog sadržaja 'Venčanje od A do Da' emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja.“
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.aemcg.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), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je konstatovala da je dana 15. maja godine u terminu od 18:36:42 do 19:10:28 časova (33 minuta 46 sekundi) emitovan programski sadržaj „*Venčanje od A do Da*“ produkcijske kuće „*Creative Lab Pro*“, proizvodnja

„Press Group-a“. Navedeni programski sadržaj repriziran je i dana 16. maja 2019.g., u terminu od 10:07:07 do 10:40:53 časova (nalaz Sektora za monitoring broj 05-683 od 20.05.2019. godine).

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešću ovih sadržaja u programskom sadržaju „Venčanje od A do Da“, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja člana 85 stav 1, čl. 88, čl. 89 st. 1 i člana 96 st. 5 tač. 3 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), člana 13 st. 1 i 2, člana 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-04.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-683/1 od 23.05.2019.g.).

Dana 04.06.2019. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje povodom navedenog zahtjeva (akt br. 02-683/2 od 04.06.2019.g.), u kom navodi da je „... greškom realizatora, puštena integralna verzija emisije 'Venčanje od A do Da', onako kako su je dobili od produkcijske kuće, tako da su im promakli marketinški sadržaji, Nije im bila... namjera da emituju marketinške sadržaje ovog tipa, niti to čine u bilo kom dijelu... programa... produkcijska kuća je zloupotrijebila saradnju, za šta će tražiti objašnjenje, a svakako da je došlo u pitanje emitovanje ove emisije“. Emiter je ukazao i da „neće emitovati emisije sa ovakvim sadržajem“.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih sadržaja došlo do kršenja propisanih programskih standarda, 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 tačka 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 tačka 15 Zakona i član 4 stav 1 tačka b Pravilnika).
- telepromocija, prema članu 4 st. 1 tačka m) Pravilnika, predstavlja oblik oglašavanja tokom prenosa programa pri čemu se pravi pauza u dotadašnjem toku uredničkog sadržaja, a voditelj preuzima ulogu prezentera određenih proizvoda ili usluga.
- zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona i član 13 stav 1 Pravilnika).
- članom 88 Zakona predviđeno je da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva i može biti u obliku: radijskog i televizijskog 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 uvida u snimke emitovanog sadržaja, kao i izjašnjenja emitera može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 15. maja 2019. godine emitovao emisiju „Venčanje od A do Da“ u terminu od 18:36:42 do 19:10:28 sati (33 minuta 46 sekundi), dok je repriza emitovana 16.05.2019.g., u terminu od 10:07:07 do 10:40:53 sati. U pitanju je programski sadržaj produkcijske kuće „Creative Lab Pro“, proizvodnja „Press Group“. Gost u emisiji od 15.05.2019.g. bio je g.

Bojan Vasković, pjevač i član muzičke grupe „*Lexington bend*“, sa kojim je razgovarano o bračnom i porodičnom životu.

Na početku programskog sadržaja, u donjem desnom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija (crno obojeni krug sa bijelim slovima ćirilice PR), a na kraju, ispod obojenog kruga sa bijelim slovima ćirilice - PR i pisano obavještenje: „*Program koji ste pratili je sadržao plasiranje robe*“. Na odjavnoj špici emitovano je: tehnička podrška, frizura i šminka Studio lepote „*Wizard*“, make up Bojana Dereta.

2. U 15:06 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi slikom i riječju promotivno upućenje na novosadski restoran „*Sabbiadoro*“ isticanjem ponude ovog objekta (razne vrste poslastica, italijanska jela i pića i sl.). U terminu od 10:23:12 do 10:23:22 sati (10 sekundi), u donjem lijevom uglu emitovana je grafička insertacija sljedeće sadržine: „*Restoran Sabbiadoro, Teodora Pavlovića 41/a Novi Sad, +381 21 21 55 020; +381 69 569 03 07, www.sabbiadoro.rs*“.

Kao pokrivalice za navedeni dio sadržaja korišćeni su snimci zabilježeni na spoljašnjem i unutrašnjem dijelu restorana, uz krupnoa kadriranje na vitrinu sa raznovrsnim poslasticama, natpis i logo restorana. Na kraju priloga se navodi: „*Bilo da idete na poslovni ručak, kafu sa drugaricama ili porodično okupljanje, restoran ‘Sabbiadoro’ očaraće Vas, kako hranom, tako i uslugom kuhinje i vrednog osoblja.*“

Tokom opisanog dijela emisije nije bilo obavještenja ili oznake o komercijalnoj AV komunikaciji.

U 20:31 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi slikom i riječju promotivno upućenje na studio lepote „*Wizard*“:

Novinarka (OFF): „*Make up akademija ‘Wizard’ by Bojana Dereta ovog proleća objavljuje kratak format edukacije i usavršavanja za sve one koji su završili ‘D’ kurs profesionalnog šminkanja, ali nisu sigurni u svoje znanje ili im je potrebna dopunska edukacija.*“

U nastavku je emitovana video izjava g-đe Bojane Derete.

Bojana Dereta: „*Kroz tu edukaciju usavršavanja biće urađena selekcija najboljih šminkera, koji će moći da se zaposle na radno mesto šminkera u našim salonima studio lepote ‘Wizard’, na tri lokacije u gradu. Samom prijavom na facebook i instagram stranicu možete da uradite prijavu, gde možete, samim tim da obezbedite svoje radno mesto. Prema tome, požurite, da imate šansu, mesta su ograničena. Tako da, što pre se prijavite imaćete šansu za, između ostalog, i radno mesto u našim salonima.*“

Nakon dijela u vezi sa profesionalnim šminkanjem uslijedio je dio koji se odnosi na frizerske usluge (različiti tretmani kose).

Kao pokrivalice za navedeni dio priloga korišćeni su snimci zabilježeni u unutrašnjem dijelu salona, tokom pružanja profesionalnih usluga šminkanja i sređivanja, uz krupno kadriranje na garderobu osoblja na kojoj je naznačeno - studio lepote ‘*Wizard*’.

Tokom opisanog dijela emisije nije bilo obavještenja ili oznake o komercijalnoj AV komunikaciji.

U 28:10 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi slikom i riječju promotivno upućenje na kompaniju „*Pertini toys*“. Emitovana je video izjava predstavnice kompanije g-đe Dunje Bibić u vezi sa aktuelnom ponudom („*Disney Frozen*“ i „*Star wars*“ - jaja iznenađenja, „*Neon*“ boje za djecu za farbanje uskršnjih jaja, društvena igra „*Uhvati zeca*“, kolekcija igračaka „*Play mobile spirit*“, trotineti, digitalni trotineti, bicikli, tricikli, lopte i sl.) tokom koje su krupno kadrirani proizvodi iz ponude u nekoj od maloprodajnih radnji.

U terminu od 10:37:58 do 10:38:08 sati (10 sekundi) u donjem lijevom uglu ekrana emitovana je grafička insertacija www.pertinitoys.com; [pertini_toys](http://www.pertinitoys.com) i facebook: [pertinitoys](https://www.facebook.com/pertinitoys), uz pojašnjenje: „*‘Pertini toys’ maloprodaje se nalaze na preko trideset lokacija u Srbiji, a sve što Vam se dopada možete naručiti i preko njihovog on-line shop-a.*“

Tokom opisanog dijela emisije nije bilo obavještenja ili oznake o komercijalnoj AV komunikaciji.

Na samom kraju voditeljka se zahvaljuje studiju ljepote „Wizard“, hotelu „Amsterdam“, „... u čijem prijatnom ambijentu se nalaze i ovog puta...“, modnom brendu „Ana’s atelier“, „... čiju haljinu ja danas nosim, a čije sjajne modele možete pogledati na njihovom instagram profilu.“

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

- da li je kroz opisivanje predstavljen poslovni subjekt i njegovi proizvodi na način da se preporučuje subjekat i njegovi proizvodi uz isticanje prednosti ponude, ili se gledaocu obraća kao potencijalnom potrošaču? U emitovanom programskom sadržaju, restoran „Sabbiodoro“, studio ljepote „Wizard“ i kompanija „Pertini toys“ su predstavljeni na način da se promovišu njihove usluge i proizvodi gledaocima kao potrošačima. Predmetni programski sadržaj sadrži jasne promotivne poruke („Bilo da idete na poslovni ručak, kafu sa drugaricama ili porodično okupljanje, restoran ‘Sabbiodoro’ očaraće Vas, kako hranom, tako i uslugom kuhinje i vrednog osoblja“), („Samom prijavom na facebook i instagram stranicu možete da uradite prijavu, gde možete, samim tim da obezbedite svoje radno mesto. Prema tome, požurite... mesta su ograničena... što pre se prijavite imaćete šansu.. za radno mesto u našim salonima.“), (izjava predstavnice kompanije g-đe Dunje Bibić u vezi sa aktuelnom ponudom 'Disney Frozen' i 'Star wars' - jaja iznenađenja, 'Neon' boje za djecu za farbanje uskršnjih jaja, društvena igra 'Uhvati zeca', kolekcija igračaka 'Play mobile spirit', trotineti, digitalni trotineti, bicikli, tricikli, lopte i sl.). Predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja za samo ove poslovne subjekte, kao i prednosti njihovih usluga i proizvoda na tržištu;

- da li analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode? Uvidom u programski sadržaj može se utvrditi da je gledalac mogao biti doveden u zabludu, a prevashodno zbog načina na koji sadržaj prezentuje ponudu. Prilog direktno promovise navedene kompanije („restoran ‘Sabbiodoro’ očaraće Vas, kako hranom, tako i uslugom kuhinje i vrednog osoblja“), („... što pre se prijavite imaćete šansu za... radno mesto u našim salonima“), („... sve što Vam se dopada možete naručiti i preko... on-line shop-a“) i ima za cilj da predstavi i skrene pažnju na prednosti njihovih usluga i proizvoda iz njihove ponude, ali nije jasno odvojen od programskog sadržaja tokom kojeg je emitovan i prepoznatljiv kao oglasni sadržaj;

- iz sadržine priloga se može utvrditi da prilozi imaju dominantno promotivan karakter, naročito jer su korišćeni kadrovi zabilježeni na spoljašnjem i unutrašnjem dijelu restorana "Sabbiodoro", uz krupno kadriranje vitrine sa raznovrsnim poslasticama, natpis i logo restorana "Sabbiodoro". Takođe u 21:24 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja korišćeni su snimci zabilježeni u unutrašnjem dijelu salona "Wizard", uz krupno kadriranje garderobe osoblja na kojoj je naznačeno - studio ljepote "Wizard".

4. Prilikom emitovanja oglašavanja (telepromocije) u posmatranom dijelu emisije, oglasne poruke nisu bile audio i vizuelno odvojene od ostalih programskih sadržaja, čime je emiter prekršio član 89 stav 1 Zakona i član 37 stav 1 Pravilnika.
5. Agencija je imala u vidu navode emitera da je „... greškom realizatora, puštena integralna verzija emisije 'Vjenčanje od A do Da', onako kako su je dobili od produkcijske kuće“, te da „... Nije... bila... namjera da emituju marketinške sadržaje ovog tipa...“, ali navedena činjenica ipak ne oslobađa emitera od odgovornosti za kršenje obaveze da oglašavanje mora biti audio i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja.
6. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da, u formi novinarskog priloga, obavijesti gledaoce o mogućnostima za edukaciju i usavršavanje u poslovnom smislu, predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku emisije /

programa, jer u njemu značajnu ulogu ima informacija od značaja samo za studio ljepote „Wizard” i prednosti kursa koji taj salon ljepote organizuje („Make up akademija 'Wizard'... ovog proleća objavljuje kratak format edukacije i usavršavanja za sve one koji su završili 'D' kurs profesionalnog šminkanja, ali nisu sigurni u svoje znanje ili im je potrebna dopunska edukacija”), („Kroz tu edukaciju usavršavanja biće urađena selekcija najboljih šminkera, koji će moći da se zaposle na radno mesto šminkera u našim salonima studio lepote 'Wizard'”).

7. U toku emitovanog programskog sadržaja voditeljka je preuzela ulogu prezentera usluga studija ljepote „Wizard” („Make up akademija 'Wizard'... ovog proleća objavljuje kratak format edukacije i usavršavanja...”), a sve to bez ikakve oznake da se radilo o oglašavanju (telepromociji).

Saglasno navedenom, može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnog sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu emitovanja neoznačene telepromocije i time propuštanja obaveze da oglašavanje učini lako prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja. Na taj način on je emitovao prikrivene komercijalne AV komunikacije.

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 je objavljivanjem programskog sadržaja prekršio član 85 stav 1 i član 89 stav 1 Zakona, kao i član 13 stav 1 i član 37 stav 1 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 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.

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.
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva

