



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**

**Broj: 02 – 407/3**  
**Podgorica, 05.06.2020. 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

**RJEŠENJE**

1. Privrednom društvu „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „TV 7“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 11. aprila 2020. godine, u okviru jutarnjeg programa „Uz jutarnju kafu“, u terminu od 09:50:03 do 9:55:25 časova, emitovao u programski sadržaj namijenjen djeci (crtani film) sa prikrivenom komercijalnom audiovizuelnom komunikacijom (telepromocija), kao i zaštitnim znakom (logotip) sponzora i plasmanom proizvoda.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
  - a. emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, što je zabranjeno članom 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11),
  - b. emitovanja logotipa sponzora u programu namijenjenom djeci, što je zabranjeno članom 95 stav 7 Zakona o elektronskim medijima i članom 64 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama,
  - c. emitovanja plasmana proizvoda u programu namijenjenom djeci, što je zabranjeno članom 96 stav 2 Zakona o elektronskim medijima.
3. Nalaže se privrednom društvu „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV 7“ 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 „TV 7“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

*„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru TV 7 upozorenje zbog emitovanja dana 11. aprila 2020. godine, prikrivenog oglašavanja, logotipa sponzora i plasmana proizvoda u crtanom filmu u toku jutarnjeg programa 'Uz jutarnju kafu'.*
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](http://www.aemcg.org).
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

**Obrazloženje**

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „TV 7“, privrednog društva „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je emiter dana 11. aprila 2020. godine emitovao jutarnji program „Uz jutarnju kafu“, u terminu od 8 do 10 časova. Monitoringom je utvrđeno da je u okviru navedenog programskog

sadržaja, u periodu od 09:50:03 do 9:55:25 sati, emitovan segment, najavljen kao crtani film, koji je sadržao i elemente komercijalne AV komunikacije (nalaz Sektora za monitoring broj 02-407 od 05.05.2020. godine).

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja člana 85 stav 1, čl. 95 i 96 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: "Zakon"), člana 13 stav 1 i član 64 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: "Pravilnik") i tač. 2.3. 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 programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-407/1 od 05.05.2020. godine).

Dana 13.05.2020. godine, emiter je dostavio Agenciji pisano izjašnjenje (akt zaveden kod Agencije pod br. 02-407/2 od 13.05.2020. godine) u kojem ukazuje da je emitovao „*navedeni prilog iz razloga što se radi o edukativnom sadržaju koji na kreativan način upućuje građane i gledaoce na prevenciju suzbijanja pandemije koronavirusom, kao i obaveznim postupanjima društva u skladu sa predviđenim uputstvima struke, odnosno medicine*“.

Emiter objašnjava da je „*tačno da je u par sekundi emitovan logo 'Playmobil', ali namjera uredništva 'TV 7' u konkretnom slučaju nije bila da emituje reklamno-propagandni program niti da emituje prikrivenu audiovizuelnu komunikaciju, već da gledaoce uputi na poštovanje određenih pravila u novonastaloj situaciji*“.

Na kraju, emiter ističe da je „*uredništvo 'TV 7' koje je realizovalo navedenu emisiju napravilo nehatni propust što nijesu na zakonom propisani način vizuelno označili prilog kako bi se znalo da se radi o jasno prepoznatljivoj komunikaciji*“.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih 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).
- 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).
- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva učesće 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).
- plasman proizvoda je komercijalna audio-vizuelna komunikacija koja se sastoji od isticanja unutar programa (uključivanjem ili pominjanjem) nekog proizvoda, usluge ili njihovog trgovinskog znaka, uz određenu finansijsku ili sličnu naknadu (član 8 stav 1 tačka 18 Zakona);
- članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.
- 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.

- Članom 95 stav 7 Zakona i članom 64 Pravilnika zabranjeno je prikazivanje logotipa sponzora tokom dječjih programa.
- Članom 96 st. 1 Zakona zabranjen je plasman proizvoda, dok je u stavu 2 posebno naglašeno da plasman proizvoda nije dozvoljen u programima namijenjenim djeci.

Na osnovu uvida u snimke emitovanih sadržaja, može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 11.04.2020. godine emitovao jutarnji program „Uz jutarnju kafu“, u terminu od 8 do 10 časova. U okviru navedenog sadržaja, u periodu od 09:50:03 do 9:55:25 sati, emitovan je segment, najavljen kao crtani film. On počinje grafikom na punom ekranu, koja prikazuje tekst „Korona virus / nepoznanice i nedoumice“.

Nakon toga počinje petominutni kompjuterski urađen film u kojem se prikazuju igračke, u fotorealnom stop-motion stilu, koje govore i prikazuju različite situacije vezane za epidemiju koronavirusa, u kojima se djeci pružaju objašnjenja vezana za virus i njegove posljedice za svakodnevni život. Film obuhvata niz tema vezanih za virus zbog kojih djeca najvjerovatnije postavljaju pitanja, uključujući i to šta je Covid-19, zašto bi ljudi trebali da ostanu u zatvorenom prostoru, kako se virus širi i ko je najviše u opasnosti. Film prikazuje i načine prevencije širenja virusa. Glavni lik u filmu je igračka - robot koja komunicira sa djecom i prenosi poruke i informacije.

Uz korišćenje igračaka i djelova za konstruisanje prikazane su različite životne situacije, ali je i prikazana mogućnost različitih postavki igračke i mogućnosti koje daju različiti djelovi za konstruisanje.

Na početku emitovanja filma, kao dio scene prikazuje se, jasno i upečatljivo, logo „PLAYMOBIL“. Film se završava kadrom u kojem se na podijeljenom ekranu, lijevo prikazuju informacije: „Pripremila Tamara Karabasil #stayhome #playhome PLAYMOBIL“.

Opisani sadržaj emitovan je, istog dana, kao samostalan programski segment u terminima od 16:34:22 i 21:43:13 sati.

2. Imajući u vidu da su djeca ciljna grupa koju je lakše dovesti u zabludu ili podstaći na kupovinu proizvoda ili usluga, Zakonom i Pravilnikom su propisani standardi koji se odnose na zaštitu maloljetnika i koje treba posebno imati u vidu prilikom proizvodnje i emitovanja dječjih programa i programa posvećenih djeci.
3. Ne dovodeći u pitanje namjeru emitera da „... na kreativan način upućuje građane i gledaoce na prevenciju suzbijanja pandemije koronavirusom, kao i obaveznim postupanjima društva u skladu sa predviđenim uputstvima struke, odnosno medicine“, uzimajući u obzir sadržinu predmetnog segmenta, može se zaključiti da predstavlja prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju.
4. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovodenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata:

- kroz opisivanje i predstavljanje načina upotrebe proizvoda konkretnog subjekta vrši se preporučivanje uz isticanje prednosti ponude, a gledaocu se obraća kao potencijalnom potrošaču. Emitovanje informacije „Pripremila Tamara Karabasil #stayhome #playhome PLAYMOBIL“, na kraju crtanog filma, predstavlja takođe prikriveno oglašavanje, imajući u vidu da je glavni lik u crtanom filmu upravo igračka ovog brenda, a da je tokom sadržaja detaljno prikazano funkcionisanje igračke i modaliteti konstrukcije.

- 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 dovodenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji sadržaj predstavlja određeni proizvod iz ponude konkretnog subjekta. Naime, oglasni sadržaj je predstavljen u okviru crtanog filma posvećenog informisanju djece o virusu Covid 19 i njegovom uticaju na svakodnevni život. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da na kreativan način doprinese edukaciji djece na temu aktuelne epidemije, ne može se naći uredničko opravdanje za upućivanje na igru proizvodima konkretnog brenda (PLAYMOBIL).

5. Da je „PLAYMOBIL“ sponzor predmetnog segmenta (crtanog filma) ukazuje činjeica da se on završava kadrom u kojem se na podijeljenom ekranu, lijevo prikazuju informacije: „Pripremila

Tamara Karabasil #stayhome #playhome PLAYMOBIL". Prikazivanjem loga „PLAYMOBIL“ na početku emitovanja crtanog filma, koji je prezentovan kao dio scene, prekršen je član 95 Zakona i član 64 Pravilnika kojim je propisano da nije dopušteno prikazivanje logotipa sponzora tokom dječjih programa.

- Uključivanjem igračka konkretnog brenda (glavni lik u crtanom filmu je igračka-robot konkretnog brenda), kroz njihovo korišćenje za prikazivanje različitih životnih situacija, emiter je u ovom segmentu (crtanom filmu) koristio plasman proizvoda, koji nije dozvoljen u programima namijenjenim djeci.

Imajući u vidu navedeno, može se zaključiti da je emitovanjem predmetnih segmenata emiter prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i korišćenja logotipa sponzora i plasmata proizvoda u programima namijenjenim djeci.

Na osnovu navedenog, nesporno se može utvrditi da je emiter prekršio čl. 85 stav 1, 95 stav 7 i 96 stav 2 al. 2 Zakona, čl. 13 stav 1 i 64 Pravilnika i tačku 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-08, kojom je propisano da je dužan da emituje programske sadržaje u skladu sa Zakonom o elektronskim medijima i podzakonskim aktima o programskim standardima, oglašavanju i sponzorstvu, kao i drugim podzakonskim aktima koje, saglasno Zakonu o elektronskim medijima, donese Agencija za elektronske medije.

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 7“ 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 o elektronskim medijima izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu.

Ovo rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije [www.aemcg.org](http://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
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva

