



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 409/3

Podgorica, 05.06.2020. 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

R J E Š E N J E

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 12. aprila 2020. godine, u okviru informativne emisije „Aktuelno“ (u terminu od 19:15:51 do 19:17:30 časova), emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (oglašavanje).
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 telepromocije u informativno-političkom programu, što je zabranjeno članom 53 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 „TV 7“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odbrenju 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 prikrivenog oglašavanja, odnosno telepromocije, u okviru informativne emisije 'Aktuelno', dana 12. aprila 2020. 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.aemca.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 7“, privrednog društva „Lutrija Crne Gore“ a.d. (u daljem tekstu: „emiter“), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je emiter dana 12. aprila 2020. godine, u terminu od 19:00:17 do 19:20:04 sati, emitovao informativnu emisiju „Aktuelno“. Monitoringom je utvrđeno da je u okviru navedene informativne emisije emitovan i segment (prilog) sa elementima komercijalne AV komunikacije i to u terminu od 19:15:51 do 19:17:30 časova (nalaz Sektora za monitoring 02-409 od 05.05.2020.g.).

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešću ovih sadržaja u informativnoj emisiji „Aktuelno“, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja člana 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), člana 13 stav 1 i člana 53 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.3. izdatog Odbrenja 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. 02-409/1 od 05.05.2020.g.).

Dana 13.05.2020. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje povodom navedenog zahtjeva (akt broj 02-409/2 od 13.05.2020. godine), u kome se navodi da je emitovao „...*navedeni prilog iz razloga što se radi o informativnom sadržaju čiji je cilj očuvanje javnog zdravlja kao i postupanje marketa prema svojim zaposlenima imajući u vidu promijenjene okolnosti poslovanja i odnosa sa kupcima zbog novonastale situacije... 'Aroma' market je izabran kao jedan od većih trgovinskih lanaca u Crnoj Gori u kojem radi veliki broj zaposlenih koji imaju svakodnevno kontakte sa kupcima, zbog čega su skloni većem riziku od obolijevanja koronavirusom*“.

Na kraju izjašnjenja emiter je naveo da „... *uredništvo 'TV 7'... nije imalo nikakvu namjeru u smislu promocije, kao i oglašavanja navedenog trgovinskog lanca, već isključivo namjeru da gledaocima pruži informacije o poslovanju trgovinskih objekata u doba pandemije...*“.

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

- komercijalna audiovizuelna komunikacija je AVM usluga koja podrazumijeva uključivanje u program skupa slika sa ili bez zvuka, namijenjenih: (a) direktnom ili indirektnom promovisanju robe, usluga ili imidža fizičkog ili pravnog lica koje obavlja neku privrednu aktivnost, uz određenu finansijsku ili sličnu nadoknadu ili (b) samopromovisanju (član 8 stav 1 tač. 13 Zakona).
- 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).
- članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.
- članom 53 stav 1 Pravilnika propisano je da se telepromocija se ne smije koristiti u dječjim, vjerskim i informativno-političkim programima i programima o tekućim događajima.

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

1. Emiter je dana 12.04.2020. godine emitovao informativnu emisiju „Aktuelno“, u terminu od 19:00:17 do 19:20:04 sati. U okviru navedene informativne emisije, u periodu od 19:15:51 do 19:17:30 sati, emitovan je prilog čiji je opis dat u nastavku:

Najava voditelja: „*U Aroma marketima i Conto diskontima širom Crne Gore su uvedene posebne mjere zaštite za zaposlene i potrošače.*“

Aleksandra Medojević, direktorica nabavke u kompaniji Domaća trgovina: „*Važno je istaći da smo od prvog dana, kada su uvedene mere Vlade, uveli stimulacije na zarade kolegama koji rade u objektima, logistici, administraciji i na terenu, jer naši zaposleni zaslužuju veliku*

podršku sa naše strane za veliki napor koji daju svakoga dana na svom radnom mestu. U cilju očuvanja javnog zdravlja, prije svega želimo da se zahvalimo Nacionalnom koordinacionom tijelu, Institutu za javno zdravlje, kao i ostalim nadležnim institucijama na pravovremenim aktivnostima i preduzetim merama zaštite, kojih se kao što možete videti u potpunosti pridržavamo. U poslednjih nekoliko nedelja naš se život izuzetno promenio, pa se tako promenio način poslovanja kompanija. Sve kompanije iz naše branše koje posluju u Crnoj Gori pokazale su veliku solidarnost i podršku prema društvu, prema svojim zaposlenima i prema potrošačima. Kada uporedimo period od pre dve nedelje i sada, možemo reći da se potrošnja polako vraća u normalne tokove. Mi i sada imamo periode kada su naleti neke veće kupovine, ali to je izuzetno manjeg intenziteta. Obzirom na situaciju, nabavka je u nekim delovima otežana, odnosno duže traje, pre svega za proizvode koji su deficitarni i na svetskom nivou."

Tokom najave voditelja, koji je prikazan na desnoj polovini ekrana, sa lijeve strane je emitovan stop kadar na kojem se mogu vidjeti rafovi marketa i ženska osoba sa zaštitnom maskom preko lica, koja čisti pod.

U toku izjave, predstavnica kompanije o kojoj je riječ u prilogu, oko vrata nosi zaštitnu masku. Ona se nalazi u marketu, ispred polica sa voćem i povrćem. Navedena izjava pokrivena je kadrovima iz marketa, na kojima je u najvećem dijelu prikazano osoblje sa zaštitnom opremom dok čisti inventar i unutrašnjost prodajnog objekta. Na nekim od kadrova vidljive su identifikacione kartice zaposlenih sa istaknutim logoom marketa. Pored toga, prikazani su i široki kadrovi na kojima su rafovi sa artiklima koji su dio asortimana marketa.

2. Tokom emitovanja programskog sadržaja u gornjem lijevom uglu ekrana prikazan je na crvenoj podlozi bijelim slovima ispisan inserter: OSTANI DOMA. U desnom gornjem uglu nalazi se identifikacioni znak televizije TV7, ispod kojeg su prikazani sat, minut i sekunda emitovanja programa. U donjem dijelu ekrana prikazuje se logo emisije Aktuelno, a u nastavku krol sa najvažnijim dnevnim informacijama. Tokom izjave predstavnice kompanije, u gornjem lijevom uglu ekrana prikazan je i inserter čiji se veći dio ne vidi zbog unaprijed postavljenog insertera OSTANI DOMA, ali se može pretpostaviti da označava telepromociju.
3. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da izvijesti gledaoce o izmijenjenom režimu rada prehrambenih prodavnica u okolnostima izazvanim epidemijom korona virusa, 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 kompaniju, odnosno lanac prodavnica („Aroma“ marketi / „Conto“ diskonti), a koje se odnose na isticanje bezbjednosti kupovine u navedenim marketima, kao i same ponude proizvoda („U 'Aroma' marketima i 'Conto' diskontima širom Crne Gore su uvedene posebne mjere zaštite za zaposlene i potrošače", kadriranje identifikacionih kartica zaposlenih sa istaknutim logoom marketa, kadrovi na kojima su vidljivi rafovi sa artiklima koji su dio asortimana marketa).
4. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
 - kroz opisivanje je predstavljen poslovni subjekt na način da se preporučuje obavljanje trgovine baš u tim marketima („Aroma“ marketi / „Conto“ diskonti), uz isticanje prednosti navedenog trgovinskog lanca u smislu povećane zdravstvene bezbjednosti u novonastalim okolnostima (kadrovi iz marketa na kojima je u prikazano osoblje sa zaštitnom opremom dok čisti inventar), kao i same ponude marketa (rafovi sa artiklima koji su dio asortimana marketa). 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. Formulisan je na način koji je pogodan da gledaoca uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da, u formi novinarskog priloga, upozna gledaoce sa promjenama u svakodnevici obavljanja trgovine usljed epidemije i povećane brige o očuvanju zdravlja u novonastalim okolnostima, predmetni

prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku informativne emisije.

-da prilog ima dominantno promotivan karakter, posebno ukazuje to što su, u toku emitovanja izjave gospođe Aleksandre Medojević (direktorica nabavke u kompaniji Domaća trgovina) kao pokrivalice korišćeni kadrovi iz marketa, tokom kojih je vidljiv logo marketa na identifikacionim karticama zaposlenih.

5. Emitovanjem priloga kojim se predstavljao lanac marketa („Aroma“ marketi / „Conto“ diskonti) i njegova ponuda u informativnoj emisiji „Aktuelno“, emiter je prekršio i član 53 stav 1 Pravilnika, kojim je zabranjeno korišćenje telepromocije u informativno-političkim programima.

Saglasno navedenom, može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnog sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane emitovanja prikrivene komercijalne AV komunikacije, kao i zabrane emitovanja telepromocije u informativno-političkom programu.

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 čl. 85 st. 1 Zakona i član 13. st. 1 i član 53 st. 1 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 televizijskog 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 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
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva

