



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

**Broj: 02 – 408/2**  
**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

**R J E Š E N J E**

1. Privrednom društvu „Atlas Media group“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru opšteg televizijskog programa „TV A1 Montenegro“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je, dana 12. aprila 2020. godine, u okviru programskog sadržaja o automobilizmu „Autoshop“, u terminu od 13:59:40 do 14:03:59 sati (4 minuta i 19 sekundi), emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju i propustio da oglašavanje (telepromociju) učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja.
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) kršenja obaveze emitera da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno 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 „Atlas Media group“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasí emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV A1 Montenegro“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Atlas Media group“ d.o.o. iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „TV A1 Montenegro“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

*„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru 'TV A1 Montenegro' upozorenje jer je dana 12. aprila 2020. godine, u okviru emisije o automobilizmu 'Autoshop', emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, 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](http://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 A1 Montenegro“, privrednog društva „Atlas Media group“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: „emiter“), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je emiter dana 12. aprila 2020. godine emitovao programski sadržaj o automobilizmu „Auto shop“, u terminu od 13:47:10 do 14:20:38 (33 minuta 28 sekundi). Monitoringom je

utvrđeno da je u okviru ovog programskog sadržaja, u periodu od 13:59:40 do 14:03:59 časova (4 minuta i 19 sekundi), emitovan i prilog koji je sadržao elemente komercijalne AV komunikacije.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešću ovih sadržaja u okviru emitovanog programa o automobilizmu „Auto shop”, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja člana 85 stav 1 i člana 89 stav 1 Zakona o elektronskim medijima ("Sl.list CG", br. 46/10, 40/11, 53/11, 6/13, 55/16 i 92/17, u daljem tekstu: „Zakon”), člana 13 stav 1 i člana 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik”) i tač. 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-02.

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. 02-408/1 od 05.05.2020.g.). U ostavljenom roku emiter se nije izjasnio na navode iz izjašnjenja.

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 motivise 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 stav 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 programskog sadržaja može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 12.04.2020. godine emitovao programski sadržaj „Auto Shop”, od 13:47:10 do 14:20:38 (33 minuta, 28 sekundi). U terminu od 13:59:40 do 14:03:59 sati (4 minuta i 19 sekundi) emitovan je prilog sljedeće sadržine:

Prilog počinje prikazivanjem spoljašnjosti zgrade u kojoj je smještena kompanija „Efel travel”.

Novinarski tekst (glas iz off-a): „Podgorička kompanija 'Efel travel' godinama je prepoznata i prisutna kao ovlašćeni uvoznik renomiranih automobilskih brendova 'Mazda' i 'Ford'. Jedna od njihovih djelatnosti je i prodaja pneumatika.”

U nastavku se vodi razgovor sa Savom Jeknićem, kako je potpisano, menadžerom razvoja Kenda guma za teritoriju EX - YU.

Savo Jeknić: „Kenda je tajvanski proizvođač pneumatika. Postoji od 1962. godine. Prvobitna proizvodnja je bila fokusirana na proizvodnju biciklističke gume. U ovom trenutku Kenda je najveći proizvođač biciklističke gume na svijetu. 1970. počinju da proizvode i moto gume. Što

*se tiče putničkog programa pneumatika, razvoj tog programa kreće od 1983. godine. Prvo je bio zastupljen na azijskom tržištu. Poslije toga kreće širenje na ostalim kontinentima. Kenda u ovom trenutku ima svoja tri razvojna centra. Jedan u Americi, jedan u Evropi, jedan u Aziji. Kenda posjeduje takođe i 10 svojih fabrika. To je jako bitno da se naglasi. Da su to isključivo Kendine fabrike će se proizvodi isključivo Kenda brend. Pet fabrika su u Kini, dvije u Vijetnamu, dvije na Tajvanu, jedna u Indoneziji."*

Novinarski tekst (glas iz off-a): *„Kenda decenijama ulaže u istraživanje kako bi proizveli kvalitetne, pouzdane i otporne pneumatike za sve vremenske prilike. Kenda nudi izuzetan odnos cijene i kvaliteta."*

Savo Jeknić: *„Postoje ozbiljni, ozbiljna testiranja od strane Auto Bild-a, đe je i brend Kenda proglašen za jedan od sedam najboljih brendova koji su se našli na teritoriji Njemačke. Znači, 53 brenda su se testirala, ovaj, u tom ljetnjem segmentu guma, Kenda je zauzela sedmo mjesto."*

Novinarski tekst (glas iz off-a): *„Kenda je na tržištu pneumatika prisutna već 50 godina. Ovaj tajvanski proizvođač je već godinu dostupan crnogorskom tržištu. Prvi uvoz zimskih pneumatika je rasprodat, a uvezen je i već dostupan određeni kontingent ljetnjih. Što se zimskih pneumatika tiče, tu su reakcije krajnjih korisnika fenomenalne, poručuje Jeknić."*

Savo Jeknić: *„Čak, evo mogu i to da navedem da je Auto Bild testirao i zimsku gumu među kojima, na kojem testiranju su se našli i Premium brendovi. Zimska Kendina guma je proglašena za kraljicu sniježnih puteva."*

Novinarski tekst (glas iz off-a): *„S obzirom na trenutnu situaciju vezanu za koronavirus mnogi vozači još nijesu izvršili zamjenu zimskih pneumatika. Stoga u 'Efel travel-u' preporučuju nove modele ljetnjih."*

Savo Jeknić: *„U ovom trenutku nastupamo sa putničkim programom guma, takođe sa komercijalnim C programom guma i sa off road gumama."*

Novinarski tekst (glas iz off-a): *„Kenda pripada srednjem cjenovnom segmentu. Poruka Jeknića da li se isplati ulaganje u Kenda ljetnji program."*

Savo Jeknić: *„Apsolutno se isplati. Ajde da kažemo kad, kad, upoređujemo Kendu sa ostalim brendovima... Da sad ne navodim imena brendova i sve to ostalo, Kenda je prepoznata po, ajde da kažemo, po tri stvari koje su za bezbjednost u saobraćaju najvažnije. Prva stvar je kočenje na suvom, kočenje na mokrom i treća stvar je (nerazgovjetno). Ono što mi možemo da garantujemo našim kupcima je da će imati najmanji trošak po pređenom kilometru, ako se odluče da kupe Kenda gume."*

Novinarski tekst (glas iz off-a): *„Svakako da ćemo detaljnije govoriti o Kenda ponudi u narednom periodu, udarnim dimenzijama i cijenama. Više informacija možete dobiti na sajtu kendatire.me."*

Novinarski tekst i riječi Jeknića pokrivaju se promotivnim snimcima Kenda pneumatika. Pojedini snimci, uz prikaz pneumatika sadrže i tekst „Kenda Kanine“ / „Kenda Designed for Your Journey“ u donjem dijelu ekrana.

2. Prije početka i na kraju emisije, emitovana je oznaka o plasmanu proizvoda. Tokom opisanog priloga, u terminu od 13:59:48 do 13:59:55 (7 sekundi), u desnom donjem uglu ekranu emitovana je oznaka za telepromociju.
3. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da, u formi novinarskog priloga, obavijesti gledaoce o karakteristikama novih pneumatika koji se nalaze na tržištu, 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 („Efel travel“ d.o.o.), odnosno za konkretnu marku pneumatika („Kenda“), koja se nalazi u njenoj ponudi, kao što je dostupnost, karakteristike i cijenovna kategorija ovog pneumatika („Podgorička kompanija 'Efel travel' d.o.o. godinama je prepoznata i prisutna kao ovlašćeni uvoznik renomiranih automobilskih brendova 'Mazda' i 'Ford'. Jedna od njihovih djelatnosti je i prodaja pneumatika“, „U ovom trenutku 'Kenda' je najveći proizvođač biciklističke gume na svijetu.

1970.g. počinju da proizvode i moto gume. Što se tiče putničkog programa pneumatika, razvoj tog programa kreće od 1983. godine.... Kenda u ovom trenutku ima svoja tri razvojna centra. Jedan u Americi, jedan u Evropi, jedan u Aziji. Kenda posjeduje takođe i 10 svojih fabrika. To je jako bitno da se naglasi. Da su to isključivo Kendine fabrike će se proizvodi isključivo 'Kenda' brend... ", „Kenda nudi izuzetan odnos cijene i kvaliteta... ", „Postoje... ozbiljna testiranja od strane 'Auto Bild-a', će je i brend Kenda proglašen za jedan od sedam najboljih brendova koji su se našli na teritoriji Njemačke. Znači, 53 brenda su se testirala, ovaj, u tom ljetnjem segmentu guma, Kenda je zauzela sedmo mjesto", „Zimska Kendina guma je proglašena za kraljicu sniježnih puteva", „...u 'Efel travel-u' preporučuju nove modele ljetnjih", „U ovom trenutku nastupamo sa putničkim programom guma, takođe sa komercijalnim C programom guma i sa 'off road' gumama", „Kenda pripada srednjem cjenovnom segmentu. Poruka Jeknića da li se isplati ulaganje u Kenda ljetnji program", „'Kenda' je prepoznata po... tri stvari koje su za bezbjednost u saobraćaju najvažnije. Prva stvar je kočenje na suvom, kočenje na mokrom... ", „Više informacija možete dobiti na sajtu kendatire.me".)

4. Postojanje prikriivenog 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 (kompanija „Efel travel" d.o.o.) na način da se preporučuje njena ponuda („ovlašćeni uvoznik renomiranih automobilskih brendova 'Mazda' i 'Ford'", „Jedna od njihovih djelatnosti je i prodaja pneumatika"), uz isticanje prednosti pneumatika koji se nalaze u njenoj ponudi („Kenda nudi izuzetan odnos cijene i kvaliteta... ", „... brend Kenda proglašen je za jedan od sedam najboljih brendova koji su se našli na teritoriji Njemačke", „Zimska Kendina guma je proglašena za kraljicu sniježnih puteva", „isplati se ulaganje u Kenda ljetnji program", „'Kenda' je prepoznata po... tri stvari koje su za bezbjednost u saobraćaju najvažnije. Prva stvar je kočenje na suvom, kočenje na mokrom..."), a voditelj se gledaocu obraća kao potencijalnom kupcu navedenog pneumatika iz ponude kompanije („Kenda decenijama ulaže u istraživanje kako bi proizveli kvalitetne, pouzdane i otporne pneumatike za sve vremenske prilike. Kenda nudi izuzetan odnos cijene i kvaliteta.", „Ovaj tajvanski proizvođač je već godinu dostupan crnogorskom tržištu. Prvi uvoz zimskih pneumatika je rasprodat, a uvezen je i već dostupan određeni kontigent ljetnjih", „... u 'Efel travel-u' preporučuju nove modele ljetnjih", „Kenda pripada srednjem cjenovnom segmentu", „Više informacija možete dobiti na sajtu kendatire.me"). 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. Pri tome, voditelj je preuzeo ulogu prezentera kompanije „Efel travel" d.o.o., tj. njene ponude i pneumatika.

5. Iako je u donjem desnom uglu ekrana tokom emitovanja predmetnog segmenta emisije „Autoshop", u trajnju od 7 sekundi (od 13:59:48 do 13:59:55) bilo vidljivo grafičko obavještenje da je u pitanju komercijalna AV komunikacija (*telepromocija*), emiter je propustio da tokom cijelog trajanja ovog dijela emisije naznači da se radi o telepromociji. Zbog toga se ovaj segment emisije može smatrati prikriivenom komercijalnom AV komunikacijom.

Saglasno navedenom, može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnog segmenta u okviru emisije „Autoshop" prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane emitovanja neoznačene telepromocije, odnosno prekršio obavezu da televizijsko oglašavanje učini lako prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja. Na taj način on je emitovao prikriivene komercijalne AV komunikacije.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-02 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, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da

usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „TV A1 Montenegro“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odborenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Atlas Media group“ d.o.o. iz Podgorice je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona 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 „Atlas Media group“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva

