



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 –988/3

Podgorica, 07.10.2020. 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, 92/17 i 82/20) 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 „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog, emiteru televizijskog programa „TV Herceg Novi“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 22. avgusta 2020. godine:
 1. u okviru programskog sadržaja „*Vikend kaleidoskop*“, emitovanog u terminu od 21:00:26 do 21:35:40 sati (35 minuta 14 sekundi), emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju (oglašavanje), odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini jasno prepoznatljivom u terminima od 21:07:53 do 21:10:51 sati (2 minuta 58 sekundi) i od 21:10:52 do 21:17:59 (7 minuta 7 sekundi),
 2. u terminu od 21:00 do 22:00 časa prekoračio maksimalnu dozvoljenu kvotu oglašavanja po satu emitovanog programa.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (čl. 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama, "Sl. list CG", br. 36/11),
 - b) kršenja obaveze da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i audio, vizuelno i/ili prostorno odvoji od ostalih programskih sadržaja (čl. 89 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c) kršenja obaveze da u programima javnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa (čl. 92 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 40 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
3. Nalaže se privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog, da usaglasí emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV Herceg Novi“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „TV Herceg Novi“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije je izrekla javnom emiteru opšteg televizijskog programa 'TV Herceg Novi' upozorenje zbog toga što je dana 22. avgusta 2020. godine, u okviru programskog sadržaja 'Vikend kaleidoskop', emitovao prikriveno oglašavanje, odnosno propustio da telepromociju učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Na taj način je u terminu od 21 do 22 časa, prekoračio i dozvoljenu kvotu trajanja oglašavanja od šest minuta po satu emitovanog programa.“
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.

Obrazloženje

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „TV Herceg Novi“, privrednog društva „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog (u daljem tekstu: „emiter“), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je emiter dana 22. avgusta 2020. godine emitovao kupljeni programski sadržaj „Vikend kaledioskop“. Monitoringom je utvrđeno da je ovaj programski sadržaj, emitovan u terminu od 21:00:26 do 21:35:40 sati (35 minuta 14 sekundi), sadržao i elemente komercijalne AV komunikacije (nalaz Sektora za monitoring broj 02-988 od 08.09.2020. godine).

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešću ovih sadržaja u okviru emitovanog priloga, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li došlo do kršenja čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1 i čl. 92 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), čl. 13 st. 1 i st. 2, čl. 37 st. 1 i čl. 40 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.2. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-8.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornog programskog sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-988/1 od 09.09.2020.g.).

Dana 15. septembra 2020.g. emiter je dostavio pisano izjašnjenje u kom je naveo da je „uočio i... ispravio neispravnosti u vezi prikrivenog oglašavanja u emisiji 'Vikend kaledioskop'“, te da je „pomenuta emisija skinuta iz programske šeme 'RTHN'“.

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 i član 4 stav 1 tačka b) Pravilnika).
- 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 15 Zakona).
- telepromocija 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 (član 4 st. 1 tačka m) Pravilnika).
- 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.
- 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.
- član 92 Zakona i član 40 Pravilnika predviđaju da u programima javnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa, odnosno da u jednom satu emitovanja programa javnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 15% (devet minuta) oglasa i telešopinga.

Na osnovu uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja, kao i izjašnjenja emitera može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 22. avgusta 2020. godine, u terminu od 21:00:26 do 21:35:40 sati (35 minuta 14 sekundi) emitovao kupljeni programski sadržaj („YU-BI-NET“ d.o.o.) pod nazivom „Vikend kaleidoskop“. Opis emitovanog programskog sadržaja je dat u tački 2.
2. Najava: „Ovo je emisija posvećena Vašem slobodnom vremenu. Slobodno vreme možete trošiti na razne načine. Otuda i naziv emisije 'Kaleidoskop'. I u ovom izdanju Vašeg magazina 'Kaleidoskop' predlažemo neke od mogućih načina kako da ispunite kvalitetno svoje slobodno vreme. Pogledajte kroz 'Kaleidoskop'."

Nakon rubrike „Šetamo Srbijom“ i predstavljanja hrama Svetog Velikomučenika Georgija na Banovom Brdu u Beogradu i iznošenja istorijskih podataka i načinu izgradnje, u terminu od 21:07:53 do 21:10:51 sati (2 minuta 58 sekundi) uslijedila je rubrika „Saveti“ (za lepšu baštu) i u okviru iste izjava g. Stefana Miljevića, diplomiranog inženjera zaštite bilja, zaposlenog u firmi „HEMCOF“ iz Futoga.

Stefan Miljević: „Ja sam Stefan, diplomirani inženjer zaštite bilja i radim u firmi 'Hemcof' koja je iz Futoga. Mi smo od 2002. godine prisutni na tržištu. Uglavnom se bavimo distribucijom pesticida na našem tržištu. Pored toga, opreme za navodnjavanje, folija za plastenike itd. Pre desetak godina smo počeli sa uvoznim programima sa čime možemo da se ponosimo, već do dana današnjeg. Uvek tražimo nova rešenja. Sa nama je italijanska firma sa kojom smo počeli saradnju pre šest meseci. Oni su patentirali uređaje za zaštitu dvorišta od komaraca, pa su ih kasnije unapredili da štite i od ostalih insekata. Znači, u pitanju su mali uređaji koji koriste specijalna aromatična ulja koja sprečavaju insekte da prilaze Vašoj bašti. Znači instaliraju se prskalice, po celom Vašem dvorištu i to imaju ciklusi koji se, dva-tri puta dnevno samoinicijativno pale i prave fizičku barijeru, odnosno sprečavaju insekte da prilaze dvorištu.

Sledeći program koji bih Vam pričao o njemu, znači je 'Mankar', firma iz Nemačke, koja je prisutna na našem tržištu već desetak godina. Oni se bave suzbijanjem korova. Imaju dva načina suzbijanja korova. Korišćenjem totalnih herbicida, odnosno herbicida bez korišćenja vode, sa ultra low tehnologijom, odnosno sa potrošnjom izuzetno male količine samog sredstva. I imaju drugi, biološki način suzbijanja korova koji je, nadam se, i biće sve zastupljeniji u budućnosti, koji koristi vrelu vodu da suzbije korov, znači bez ikakve, da kažem, hemije.

Sledeći program je 'Lite soil', firma iz Austrije s kojom smo tek počeli saradnju. Oni su patentirali svoje geotekstile pre dve godine i ti geotekstili služe za podzemno navodnjavanje. Znači, predstavljaju celulozna vlakna koja u zemljištu predstavljaju rezervoare vode i vazduha. Za to inovativno rešenje osvojili su mnoge nagrade u Evropi i mi smo jedino distributeri njih u našoj zemlji. Da kažem, primena njihovih geotekstila, zaista nema ograničenje."

Tokom emitovanog programskog sadržaja, na početku, u terminu od 21:08:11 do 21:08:15 sati (4 sekunde) i na kraju, u terminu od 21:10:43 do 21:10:51 sati (8 sekundi), na punom ekranu, emitovan je logo kompanije „HEMCOF“.

Kao pokrivalice za gore navedeni tekst korišćeni su snimci zabilježeni ispred promotivnog štanda, a tokom predstavljanja kompanije „Hemcof“ na nekom od poljoprivrednih sajmova, bez prostornog i vremenskog određenja.

3. Nakon rubrike „Saveti“, u terminu od 21:10:52 do 21:17:59 (7 minuta 7 sekundi) emitovana je rubrika „Preporučujemo“ i u okviru iste promotivno upućenje na online kurseve Centra za obrazovanje i kulturu „Božidarac“.

Najava: „S obzirom na današnju dinamičnost tržišta rada, često jedina šansa za pronalaženje posla leži u prekvalifikaciji. 'Božidarac' je ustanova sa tradicijom koja Vam nudi kurseve prekvalifikacije na kojima možete steći nova znanja i veštine i time se osposobiti za novo zanimanje."

Nakon toga je uslijedila video izjava direktora „Božidarca“ g. Vladimira Kljajića.

Vladimir Kljajić: „U 'Božidarcu' dajemo maksimum da kurseve organizujemo tako da odgovore na potrebe tržišta rada. Uvek se trudimo da oslušujemo šta je ono što je potrebno, tako da smo skoro uveli čak i kurs za šišanje pasa i mačaka. Ono, za razliku od obrazovanja odraslih, po čemu se razlikujemo što naši kursevi su fleksibilni, nisu toliko rigidni, kao što je u formalnom obrazovanju, koje se teže prilagođava na potrebe tržišta rada. Fokus uvek stavljamo na praksu, odnosno na ono što se nauči na teoriji da se što pre primeni, kako bi ostalo duže u sećanju i kako bi što pre polaznik razvio veštinu. Polaznicima nudimo mogućnost, da pored Beograda, takođe, i u celoj našoj mreži naših zanata

kojih po čitavoj Srbiji, od Novog Sada, preko Smederevske palanke, Novog Pazara, Vranja i drugih gradova nudimo mogućnost da se završi neki od naših kurseva. Takođe od pre par meseci smo uveli i online, neke kurseve online, tako da polaznici gde god da se nalaze mogu da pohađaju te kurseve. Ono što se mi trudimo takođe je da koristimo najbolje evropske prakse u svom radu, što govori činjenica da smo postali punopravni član evropske asocijacije za obrazovanja odraslih, koja je najveća 'kišobran' organizacija za organizacije koje se bave obrazovanjem u Evropi. Pored internacionalne dominacije (nerazumnjivo) imamo i nacionalnu tako da su naši kursevi priznati kako u zemlji, tako i u inostranstvu.

Kao pokrivalice za gore navedeni tekst korišćene su oglasne poruke Centra za obrazovanje i kulturu „Božidarac“ kako slijedi: Ovog leta kursevi po tvojoj meri – obuka za poslastičara, kurs šivenja, manikir, pedikir, profesionalno šminkanje, šišanje pasa i mačaka, holistička masaža. Takođe su korišćeni i promotivni slogani poput „Radi posao koji ćeš da voliš“, „Veštine koje se isplate“, „Instruktori sa iskustvom“, „Postani make up artist“, „Brzo i lako“, „Kurs za negovateljice“, „Predavači sa iskustvom“, „Priznati sertifikat“, „Vreme je za nove veštine“ i „Izaberi bilo koji od 100 kurseva“ tokom kojih je u donjem dijelu ekrana emitovana grafička insertacija bozidarac.rs. Na kraju tog dijela, sa lijeve strane, emitovano je grafičko promo upućenje bozidarac.rs., a sa desne „Upiši se odmah“.

Takođe je korišćen i screen shot Facebook stranice Centra sa tekstom sljedeće sadržine: „Iskoristite priliku da steknete veštine koje se traže. Postanite profesionalni knjigovođa od sada i online. Prijavi se odmah na bozidarac.rs“, ali i krupno kadrirana, internet stranica Centra prikazana na lap topu.

Novinarski tekst: „A za koje kurseve se najčešće polaznici odlučuju otkriće nam Jelena Radivojević - Krstić koja je administrator upisa u 'Božidarcu'.“

Jelena Radivojević – Krstić: „U 'Božidarcu' je velika potražnja za kursevima, kao što su knjigovodstvo, kurs za frizera, kuvara, negovateljice, ali i za građevinske mašine i viljuškariste. Teorijska nastava se odvija online, što olakšava polaznicima da prisustvuju nastavi gde god da se nalaze. Takođe put do sertifikata može biti i bez pohađanja obuke, ukoliko polaznik ima iskustvo od minimum tri meseca. Pored potvrde, polaznik samo treba da izađe na završni ispit. Za kandidate koji žele obuku, obezbedili smo praksu, posle koje mogu samostalno početi da rade. Važno je napomenuti i brojne mogućnosti plaćanja obuke. Većina se odlučuje za plaćanje na rate, ali i administrativnom zabranom, a moguće je i putem kredita. Jedan od razloga zašto polaznici biraju 'Božidarac' je priznat sertifikat i kod nas i u inostranstvu, što im pomaže da lakše dolaze do posla. Ima dosta slučajeva i da su se polaznici zaposlili u restoranima ili firmama u kojima su radili praksu, što nas uvek, posebno, raduje.“

Kao pokrivalice za gore navedeni tekst korišćeni su snimci zabilježeni u prostorijama Centra za obrazovanje, tokom prijave jednog od polaznika (ulazak, prijava na šalteru, popunjavanje formulara), ali i promotivne poruke sadržine: „Kurs za masera“, „Instruktori sa iskustvom“, „Opremljen kabinet“

Novinarski tekst: „Organizator kurseva u 'Božidarcu' Marko Filipović objasnio nam je kako izgleda nastava i koje su novine uveli kako bi odgovorili na potrebe kandidata.“

Nakon toga je uslijedila video izjava organizatora kurseva u „Božidarcu“ g. Marka Filipovića.

Marko Filipović: „Sve se odvija putem veoma jednostavne aplikacije i nastava može da se prati i putem računara, telefona ili tableta. Takođe, aplikacija omogućava opcije kao što je 'chat', deljenje prezentacije, bele table i međusobnu komunikaciju putem mikrofona sa ostalim polaznicima, kao i sa predavačima. Nastava se odvija u realnom vremenu, u dogovorenim terminima kako bi Vam prevač bio na raspolaganju, za sva Vaša pitanja. A predavanja možete i snimiti, kao biste ih kasnije, bilo gde i u bilo kom trenutku ponovo pregledali. Naši polaznici su do sada imali zaista dobra iskustva prilikom zaposlenja, kako u Srbiji, tako i u inostranstvu, jer proveren i priznati sertifikat daje potencijalnom poslodavcu dodatnu sigurnost za kvalitetnu obuku i dobro obučenog radnika. I iz tog razloga, upravo, su mnogi polaznici iz inostranstva dolazili u 'Božidarac' kako bi stekli kvalitetno znanje i priznat sertifikat. 'Božidarac' je državna ustanova, sa tradicijom dugom preko sedamdeset godina, a takođe je i članica evropske asocijacije za obrazovanje odraslih. Zbog svega navedenog, verujemo da je 'Božidarac' pravo mesto za Vas, ukoliko želite da olakšate sebi put do novog posla.“

Video izjava organizatora kurseva emitovana je ispred promo banera na kojem je naznačen logo kompanije „Božidarac“. Kao pokrivalice su korišćene krupno kadrirane internet stranice prikazane na lap topu, kao i snimci zabilježeni unutar prostorija Centra za obrazovanje (sala za obuku polaznika).

Novinarski tekst: „O utiscima i iskustvima razgovarali smo i sa polaznicima kurseva”.

Potom su emitovane video izjave polaznika koje su se odnosile na: njihova iskustva i želje za unapređenjem i prekvalifikacijom, organizaciju nastave tokom novonastale situacije sa infekcijom Covid 19, praktična iskustva, sticanje novog znanja, mogućnost praćenja nastave online ili putem mobilnog telefona, mogućnost dobijanja sertifikata na srpskom i ali i na nekom od inostranih jezika.

Kao pokrivalice za gore navedeni tekst korišćeni su snimci zabilježeni u prostorijama Centra za obrazovanje, uz krupno kadriranje reklamnih postera koji su se odnosili na različite kurseve iz ponude Centra, a video izjave polaznika emitovane su ispred promo banera na kojima je naznačen ili logo kompanije „Božidarac” ili slogan poput „Budi spreman za posao”.

Takođe je korišćen i screen shot Facebook stranice Centra sa tekstom sljedeće sadržine: „I vi možete postati kuvar čija se hrana ponovo naručuje. Prijavite se odmah na kurs za kuvare i iskoristite priliku da naučite sve o profesionalnom kuvanju bozidarac.rs”, kao i „Kursevi skrojeni po tebi - Pravo je vreme da stekneš veštine koje se traže. U ponudi imamo preko 100 kurseva samo za tebe. Od kursa knjigovodstva, preko kuvanja, frizera, grumera pasa, kozmetike, masaže, do rukovača građevinskim mašinama i mnogih drugih. Prijavi se odmah na bozidarac.rs”.

Reklamne poruke poput „Postani knjigovođa – brzo i lako – uz instruktore sa iskustvom – bozidarac.rs – Upiši se odmah”, potom „Postani frizer – instruktori sa iskustvom – brzo i lako”, zatim „Treba vam sertifikat? – Imate iskustvo – Prijavite se za proveru znanja – brzo i lako – od sada i online testiranje – bozidarac.rs – Prijavi se odmah” činile su sastavni dio pokrivalica tokom emitovanja video izjava polaznika različitih kurseva. Na samom kraju prikazane su četiri polaznice kako napuštaju prostorije Centra za obrazovanje, uz krupno kadriranje dobijenog sertifikata o završenom online kursu.

Prilog se završava konstatacijom: „Više informacija o kursevima koje nudi 'Božidarac' možete potražiti na internet adresi www.bozidarac.rs.” (emitovana grafička insertacija bozidarac.rs, na punom ekranu).

4. Predmetni prilozi emitovani u okviru programskog sadržaja „Vikend kaleidoskop”, u terminima od 21:07:53 do 21:10:51 časova (2 minuta i 58 sekundi) i od 21:10:52 do 21:17:59 časova (7 minuta i 7 sekundi), se nedvosmisleno mogu smatrati oglašavanjem, tj. telepromocijom u toku emisije / programa. Naime, u prvom prilogu („Saveti” (za lepšu baštu)), kroz emitovanje izjave gospodina Stefana Miljevića, plasirane su informacije od značaja samo za kompaniju „HEMCOF” d.o.o. iz Futoga, proizvode i programe zaštite bilja iz njene ponude (oprema za navodnjavanje, folije za plastenike, uređaji za zaštitu od insekata, pesticidi - program za suzbijanje korova njemačke kompanije „Mankar”, geotekstilni proizvodi austrijske kompanije „Lite soil”). Takođe, i u drugom predmetnom prilogu („Preporučujemo”) kroz izjave gospodina Vladimira Kljajića, gospođe Jelene Radivojević Krstić i gospodina Marka Filipovića emitovane su informacije od značaja samo za Centar za obrazovanje i kulturu „Božidarac”, odnosno „online” kurseve koje pruža ova škola za obrazovanje odraslih.
5. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, navedeni djelovi predmetnog programskog sadržaja mogu se okarakterisati kao prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija, odnosno oglašavanje, posebno imajući u vidu da su u prilogima predstavljeni konkretni poslovni subjekti, proizvodi i usluge iz njihovih ponuda (kompanija „HEMCOF” d.o.o. iz Futoga / oprema za navodnjavanje, folije za plastenike, uređaji za zaštitu od insekata, pesticidi i geotekstilni proizvodi, Centar za obrazovanje i kulturu „Božidarac” / „online” kursevi za obrazovanje odraslih), sa jasnim promotivnim elementima.
6. Postojanje prikrivenog oglašavanja u predmetnim prilogima (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
 - u prvom prilogu kroz opisivanje je predstavljen poslovni subjekt / njegovi proizvodi (kompanija „HEMCOF” d.o.o. iz Futoga, oprema za navodnjavanje, folije za plastenike, pesticidi njemačke kompanije „Mankar”, geotekstilni proizvodi austrijske kompanije „Lite soil”) i njegova ponuda, odnosno karakteristike proizvoda, na način da se preporučuju uz isticanje njihovih prednosti. Pri tome, gledaocu se upućuje obraćanje kao potencijalnom korisniku i kupcu („Ja sam Stefan, diplomirani inženjer zaštite bilja i radim u firmi 'Hemcof' koja je iz Futoga... Uglavnom se bavimo distribucijom pesticida na našem tržištu. Pored toga, opreme za navodnjavanje, folija za plastenike itd... Sa nama je italijanska firma sa kojom smo počeli saradnju pre šest meseci. Oni su patentirali uređaje za zaštitu dvorišta od komaraca, pa su ih kasnije unapredili da štite i od ostalih insekata... u pitanju su mali uređaji koji koriste specijalna aromatična ulja koja sprečavaju insekte da prilaze Vašoj bašti... Sledeći program... je 'Mankar', firma iz Nemačke... Oni se bave

suzbijanjem korova. Imaju dva načina suzbijanja korova. Korišćenjem totalnih herbicida, odnosno herbicida bez korišćenja vode, sa ultra low tehnologijom, odnosno sa potrošnjom izuzetno male količine samog sredstva. I imaju drugi, biološki način suzbijanja korova koji je, nadam se, i biće sve zastupljeniji u budućnosti, koji koristi vrelu vodu da suzbije korov, znači bez ikakve, da kažem, hemije. Sledeći program je 'Lite soil', firma iz Austrije... Oni su patentirali svoje geotekstile pre dve godine i ti geotekstili služe za podzemno navodnjavanje. Znači, predstavljaju celulozna vlakna koja u zemljištu predstavljaju rezervoare vode i vazduha. Za to inovativno rešenje osvojili su mnoge nagrade u Evropi i mi smo jedino distributeri njih u našoj zemlji. Da kažem, primena njihovih geotekstila, zaista nema ograničenje").

- u drugom prilogu predstavljen je takođe konkretan poslovni subjekt / njegove usluge (Centar za obrazovanje i kulturu „Božidarac“ / „online“ kursevi za obrazovanje odraslih) i njegova ponuda, odnosno kursevi za obrazovanje odraslih, na način da se preporučuju uz isticanje njihovih prednosti prilikom pronalaska zaposlenja. Pri tome, sagovornici se gledaocima obraćaju kao potencijalnim polaznicima nekog od kurseva („'Božidarac' je ustanova sa tradicijom koja Vam nudi kurseve prekvalifikacije na kojima možete steći nova znanja i veštine i time se osposobiti za novo zanimanje“, „U 'Božidarcu' dajemo maksimum da kurseve organizujemo tako da odgovore na potrebe tržišta rada“, „uveli su... i kurs za šišanje pasa i mačaka... za razliku od obrazovanja odraslih, po čemu se razlikujemo što su kursevi fleksibilni, nisu toliko rigidni, kao što je u formalnom obrazovanju, koje se teže prilagođava na potrebe tržišta rada. Fokus... stavljaju na praksu, odnosno na ono što se nauči na teoriji da se što pre primeni, kako bi ostalo duže u sećanju i kako bi što pre polaznik razvio veštinu. Polaznicima nude mogućnost, da pored Beograda... u celoj našoj mreži naših zanata kojih po čitavoj Srbiji, od Novog Sada, preko Smederevske palanke, Novog Pazara, Vranja i drugih gradova nudimo mogućnost da se završi neki od naših kurseva. Takođe od pre par meseci uveli su i neke kurseve 'online'...“, „najbolje evropske prakse u svom radu... postali su punopravni član evropske asocijacije za obrazovanja odraslih, koja je najveća 'kišobran' organizacija za organizacije koje se bave obrazovanjem u Evropi. Pored internacionalne dominacije... imaju i nacionalnu tako da su... kursevi priznati kako u zemlji, tako i u inostranstvu“, „U 'Božidarcu' je velika potražnja za kursevima, kao što su knjigovodstvo, kurs za frizera, kuvara, negovateljice, ali i za građevinske mašine i viljuškariste“, „Teorijska nastava se odvija 'online', što olakšava polaznicima da prisustvuju nastavi... put do sertifikata može biti i bez pohađanja obuke, ukoliko polaznik ima iskustvo od minimum tri meseca. Pored potvrde, polaznik samo treba da izađe na završni ispit. Za kandidate koji žele obuku, obezbedili su praksu, posle koje mogu samostalno početi da rade... brojne mogućnosti plaćanja obuke. Većina se odlučuje za plaćanje na rate, ali i administrativnom zabranom, a moguće je i putem kredita. Jedan od razloga zašto polaznici biraju 'Božidarac' je priznat sertifikat i kod nas i u inostranstvu...“, „nastava može da se prati i putem računara, telefona ili tableta... Nastava se odvija u realnom vremenu, u dogovorenim terminima kako bi Vam predavač bio na raspolaganju, za sva Vaša pitanja. A predavanja možete i snimiti, kao biste ih kasnije, bilo gde i u bilo kom trenutku ponovo pregledali... mnogi polaznici iz inostranstva dolazili su u 'Božidarac' kako bi stekli kvalitetno znanje i priznat sertifikat. 'Božidarac' je državna ustanova, sa tradicijom dugom preko sedamdeset godina... 'Božidarac' pravo mesto za Vas...“).
- analizirani programski sadržaji su mogli dovesti u zabludu gledaoce, u pogledu njihove stvarne prirode, prevashodno zbog načina na koji su sadržaji predstavljali kompaniju iz prvog priloga (kompanija „HEMCOF“ d.o.o. iz Futoga) i proizvode iz njenog asortimana, odnosno obrazovnu ustanovu iz drugog priloga (Centar za obrazovanje i kulturu „Božidarac“), kao i njene „online“ kurseve za obrazovanje odraslih. Prilozi su formulisani na način koji je pogodan da gledaoca uvjeri da je riječ o uredničkim, a ne sadržajima komercijalne (oglasne) prirode.

Da su prilozi imali dominantno promotivni karakter, ukazuje i to što su kao pokrivalice u toku prvog priloga korišćeni logo kompanije „HEMCOF“, snimci zabilježeni ispred promotivnog štanda kompanije i snimci na nekom od poljoprivrednih sajmova. Takođe, tokom emitovanja priloga o obrazovnoj ustanovi „Božidarac“ kao pokrivalice su korišćene oglasne poruke (*Ovog leta kursevi po tvojoj meri – obuka za poslastičara, kurs šivenja, manikir, pedikir, profesionalno šminkanje, šišanje pasa i mačaka, holistička masaža*). Takođe su korišćeni i promotivni slogani poput *„Radi posao koji ćeš da voliš“, „Veštine koje se isplate“, „Instruktori sa iskustvom“, „Postani make up artist“, „Brzo i lako“, „Kurs za negovateljice“, „Predavači sa iskustvom“, „Priznati sertifikat“, „Vreme je za nove veštine“ i „Izaberi bilo koji od 100 kurseva“,* zatim *„screenshot“ „Facebook“* stranice Centra za

obrazovanje „Božidarac“, „Postani knjigovođa – brzo i lako – uz instruktore sa iskustvom – bozidarac.rs – Upiši se odmah“, potom „Postani frizer – instruktori sa iskustvom – brzo i lako“, zatim „Treba vam sertifikat? – Imate iskustvo – Prijavite se za proveru znanja – brzo i lako – od sada i online testiranje – bozidarac.rs – Prijavi se odmah“, „informacije o kursevima koje nudi 'Božidarac' možete potražiti na internet adresi www.bozidarac.rs.“), uz kadriranje „banera“ sa logom „Božidarac“, zatim internet stranice ovog poslovnog subjekta, snimci zabilježeni unutar prostorija Centra za obrazovanje, reklamni poster i slogani, krupno kadriranje sertifikata o završenom „onlne“ kursu.

7. S obzirom da je članom 89 stav 1 Zakona i članom 37 stav 1 Pravilnika predviđeno da televizijsko oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i vizuelno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, a da tokom emitovanja spornih priloga nije bilo vidljivo adekvatno grafičko obavještenje da su u pitanju komercijalne AV komunikacije (*telepromocija*), emiter je prekršio i navedenu odredbu Zakona, onosno Pravilnika, jer je propustio da prilikom emitovanja ovih programskih sadržaja naznači da se radilo o komercijalnim AV komunikacijama.
8. Ukupno oglašavanje dana 22. avgusta 2020. godine, u periodu od 21:00 do 22:00 časa, iznosilo je 10 minuta i 5 sekundi. Naime, emitovanjem predmetnih priloga koji su sadržali prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, odnosno oglašavanje, i to u periodu od 21:07:53 do 21:10:51 sati (2 minuta 58 sekundi) i od 21:10:52 do 21:17:59 (7 minuta 7 sekundi), emiter je prekoračio maksimalno dozvoljenu kvotu trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa od šest minuta, što je propisano članom 92 stav 1 Zakona i članom 40 stav 1 Pravilnika.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-8 emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emitovanjem predmetnog programskog sadržaja prekršio čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1 i čl. 92 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 40 Pravilnika i tač. 2.2. Odobrenja za emitovanje br. O-TV-J-8.

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 Herceg Novi“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog 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:

- „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva