



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 1122/4
Podgorica, 18.11.2020. godine

Na osnovu člana 40, 139, 140, 141, 143 i 144 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 i 116 Zakona o upravnom postupku ("Sl. list Crne Gore", br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po anonimnom prigovoru (akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-1122 od 19.10.2020. godine), direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Prihvata se anonimni prigovor, akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-1122 od 19.10.2020. godine i Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice, javnom emiteru opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ (TVCG1), izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna zbog kršenja odredbi člana 85 st. 1, čl. 89 st. 1, čl. 95 st. 1 tač. 2 i tač. 4 i čl. 96 st. 5 al) 2 i al) 3 Zakona o elektronskim medijima, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1 i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11) i tač. 2.2. Odobrenja za emitovanje br. O-TV-J-01 od 25.01.2013. godine, prilikom emitovanja kulinarske rubrike „*Ukusi jutro*“, koja je emitovana dana 17. oktobra 2020. godine, u terminu od 09:40:55 do 09:48:11 sati (7 minuta i 16 sekundi), u okviru jutarnjeg programa „*Dobro jutro Crna Gora*“.
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),
 - b) kršenja obaveze da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom 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 emitera da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično jasno označi da se radi o sponzorisanom programskom sadržaju (čl. 95 st. 1 tač. 4 Zakona o elektronskim medijima i čl. 58 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - d) kršenja uslova da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu robe sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu (čl. 95 st. 1 tač. 2 Zakona o elektronskim medijima i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - e) kršenja pravila da programski sadržaji koji sadrže plasman proizvoda ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, posebno promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge ili isticanjem proizvoda, te da gledaoci moraju biti jasno obaviješteni o postojanju plasmata proizvoda, tako što će biti primjereno označeno na početku i na kraju programa, kako ne bi došlo do zbunjivanja gledalaca (čl. 96 st. 5 al) 2 i al) 3 Zakona o elektronskim medijima).
3. Nalaže se Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru tevizijskog programa „TVCG1“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

4. Javno preduzeće „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „TVCG1“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je javnom emiteru opšteg televizijskog programa 'Prvi program Televizije Crne Gore' upozorenje, jer je dana 17. oktobra 2020. godine, prilikom emitovanja kulinarske rubrike 'Ukusi jutra', u okviru jutarnjeg programa 'Dobro jutro Crna Goro', emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju i propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Takođe, emiter je propustio da obavijesti gledaoce da se radilo o sponzorisanom programskom sadržaju i da na kraju programa jasno označi da isti sadrži plasman proizvoda, a istovremeno je direktno podsticao na kupovinu tih proizvoda i robe sponzora, što je zabranjeno Zakonom.“

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

Dana 19. oktobra 2020. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) dostavljen je anonimni prigovor na rad Javnog preduzeća „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice (u daljem tekstu: „emiter“), javnog emitera opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ – TVCG1 (akt zaveden kod Agencije pod br. 02-1122 od 19.10.2020. godine).

U prigovoru se navodi da je emiter „u toku jutarnjeg programa, kroz kulinarski segment emisije,... prevarnim radnjama obmanuo gledaoce svjesno prikrivajući obilježje (tag) komercijalnog sadržaja TELEPROMOCIJA, prilikom upućivanja poruke gledaocima više puta da sve namirnice mogu kupiti u prodavnicama VOLI, a pored toga u prekidima ističući i logo kompanije VOLI bez oznake sponzora“.

Polazeći od navedenog prigovora, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je prigovor osnovan, odnosno da li je došlo do kršenja Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“) i Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“).

Po tom osnovu, Sektor za monitoring Agencije je nakon uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja emitera sačinio nalaz dana 19.10.2020. godine (akt broj 02-1122/1 od 19.10.2020. godine).

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. 02-1122/2 od 21.10.2020. godine).

Dana 30.10.2020. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje (akt zaveden kod Agencije pod brojem 02-1122/3 od 30.10.2020. godine), u kom navodi da je „na početku emitovanog programskog sadržaja emitovana grafička insertacija 'Ovaj program sadrži plasman proizvoda', što je u skladu sa propisima o oglašavanju, kada su ovakvi koncepti u pitanju“, kao i da je „evidentirano i isticanje logoa kompanije Voli, što je u skladu sa ugovorom o spozorstvu br 01-11041-19, od 30.12.2019, ali je tokom emitovanja Logoa greškom u sinhronizaciji istaknuta i markica Telepromocija, a bilo je planirano za voditeljske najave“.

U izjašnjenju se ističe da su „saglasni da su grafička obavještenja o postojanju komercijalne audiovizuelne komunikacije (Telepromocija) bila obavezna za voditeljske najave... a koja iz tehničkih razloga nisu realizovana na način kako je bilo planirano“, pa ukazuje da „nije bila namjera da se prikrije komercijalna komunikacija, imajući u vidu da je potpisan ugovor sa sponzorom“.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih sadržaja došlo do kršenja propisanih programskih standarda, 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 1 tačka 15 Zakona).
- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva učešće 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 tačka 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 tač. 18 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).
- 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.
- sponzorisane AVM usluge i programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika).
- član 95 stav 1 tačka 4 Zakona i član 58 stav 1 Pravilnika predviđaju da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.
- članom 96 stav 5 alineja 2) je predviđeno da programski sadržaji koji sadrže plasman proizvoda ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, posebno promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge ili isticanjem proizvoda, te da gledaoci moraju biti jasno obaviješteni o postojanju plasmana proizvoda, tako što će biti primjereno označeno na početku i na kraju programa, kao i prilikom nastavljanja programa nakon prekida za oglase, kako ne bi došlo do zbunjivanja gledalaca (alineja 3) stava 5 ovog člana Zakona)
- članom 13 stav 2 Pravilnika propisano je da će se namjera predstavljanja prikrivenim komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama smatrati posebno istaknutom ukoliko je izvršena u zamjenu za novčanu nadoknadu ili sličnu protivuslugu.

Na osnovu uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja, kao i navode sadržane u prigovoru, može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 17. oktobra 2020. godine, emitovao jutarnji program „Dobro jutro Crna Goro“, u terminu od 06:59:15 do 09:59:50 sati (3 sata 35 sekundi), u okviru kojeg je emitovao kulinarsku rubriku „Ukusi jutra“ u terminu od 09:40:55 do 09:48:11 sati (7 minuta 16 sekundi). „Ukusi jutra“

predstavljaju stalnu rubriku u trajanju od desetak minuta koja je kratkom grafičkom insercijom (najavom/odjavom) odvojena od ostatka sadržaja.

2. Sadržaj je najavljen od strane voditeljke jutarnjeg programa: „...Sada je vrijeme za 'Ukuse jutra', uskoro ćemo otkriti šta će nam pripremati šefica kuhinje Slađana Šoć." U nastavku je emitovan programski sadržaj, koji je predmet prigovora.

Na početku emitovanog programskog sadržaja, u terminu od 09:41:08 do 09:41:15 sati (7 sekundi), u gornjem lijevom uglu ekrana, emitovana je grafička insercija sljedeće sadržine: „Ovaj program sadrži plasman proizvoda”.

U nastavku, tokom pripreme jela, u terminu od 09:42:31 do 09:42:38 sati (7 sekundi), u donjem lijevom uglu ekrana emitovana je grafička insercija – logo kompanije „Voli”, a u terminu od 09:42:31 do 09:42:43 sati (12 sekundi), u gornjem lijevom uglu ekrana grafičko obavještenje da je u pitanju komercijalna audiovizuelna komunikacija - TELEPROMOCIJA.

U terminu od 09:44:43 do 09:44:50 sati (7 sekundi), u donjem lijevom uglu ekrana emitovana je grafička insercija – logo kompanije „Voli”, a u terminu od 09:44:43 do 09:44:55 sati (12 sekundi), u gornjem lijevom uglu ekrana grafičko obavještenje da je u pitanju komercijalna audiovizuelna komunikacija - TELEPROMOCIJA.

U terminu od 09:45:39 do 09:45:52 sati (13 sekundi) emitovan je tekst sljedeće sadržine:

Slađana Šoć: „Samo u 'Voli' marketima, smrznuti morski plodovi, u posebnim pakovanjima. U 'Voli' ribarnicama je u ponudi svježa morska riba – 'Sa koče', uživajte u plodovima mora.”

Kao pokrivalice za gore navedeni tekst korišćeni su snimci, na punom ekranu, pomenutih artikala iz ponude, sa i bez cjenovnog prikaza, uz naznaku: „Novo u ponudi” – „Svježe sa koče”.

U terminu od 09:47:02 do 09:47:10 sati (8 sekundi) emitovan je tekst sljedeće sadržine:

Slađana Šoć: „Ukoliko se odlučite da napravite ovakav dezert, sve potrebne namirnice možete pronaći u Volijevim marketima.”

Tokom navedenih programskih sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne audiovizuelne komunikacije (telepromocija, plasman proizvoda).

3. Scenografija je osmišljena tako da sadrži logo kompanije „Voli” i to na podu, neposredno ispred kuhinjskog stola za pripremu, predmetima na kuhinjskom stolu (čaše), kao i u vidu dekoracije na zidnim policama.
4. Analizirani djelovi programskog sadržaja su naglašeno promotivnog karaktera i nedvosmisleno se mogu smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer su u ovim segmentima emisije plasirane samo informacije od značaja za jednu određenu kompaniju (supermarketi „Voli”), a koje se odnose na isticanje ponude i dostupnosti njenih proizvoda.
5. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, navedeni djelovi predmetnog programskog sadržaja mogu se okarakterisati kao prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija, posebno imajući u vidu da je u prilogu predstavljen konkretni subjekt uz isticanje proizvoda iz njegove ponude (supermarketi „Voli”), sa jasnim promotivnim elementima.
6. Postojanje prikrivenog oglašavanja u predmetnim priložima (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
 - u emitovanom sadržaju, kroz objašnjavanje načina pripreme jela, predstavljen je konkretni poslovni subjekt i njegova ponuda (kompanija „Voli”), sa jasnim promotivnim elementima, a voditeljka se obraćala gledaocima kao potencijalnim kupcima robe iz ponude ovih marketa („Samo u 'Voli' marketima, smrznuti morski plodovi, u posebnim pakovanjima. U 'Voli' ribarnicama je u ponudi svježa morska riba - 'Sa koče', uživajte u plodovima mora”, „Ukoliko se odlučite da napravite ovakav dezert, sve potrebne namirnice možete pronaći u Volijevim marketima”).
 - predmetni sadržaj, u citiranim segmentima, može dovesti u zabludu gledaoce u pogledu njegove stvarne prirode, jer su ovi djelovi emisije formulisani na način koji je pogodan da uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode. To je

prevashodno moguće zbog načina na koji je predstavljena ponuda marketa, jer voditeljka daje informacije o proizvodima i ponudi marketa kao dio kulinarske emisije, odnosno recepta („Ukoliko se odlučite da napravite ovakav dezert, sve potrebne namirnice možete pronaći u Volijevim marketima“).

7. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranog programskog sadržaja i izjašnjenja emitera, može se zaključiti da je isti sadržao telepromociju, kao vid oglašavanja odnosno komercijalne audiovizuelne komunikacije, koja nije bila jasno označena i na taj način prepoznatljiva (kao što je propisano članom 89 stav 1 Zakona i članom 37 stav 1 Pravilnika). Emiter svojim izjašnjenjem potvrđuje prisustvo ovakvog vida oglašavanja i izostanak njegovog označavanja („saglasni smo da su grafička obavještenja o postojanju komercijalne audiovizuelne komunikacije (Telepromocija) bila obavezna za voditeljske najave...“). Činjenica da je izostanak nastao iz tehničkih razloga („...a koja iz tehničkih razloga nisu realizovana na način kako je bilo planirano...“), ne može predstavljati olakšavajuću okolnost za kršenje obaveze da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno označena i prepoznatljiva, posebno jer se u smislu člana 13 stav 2 Pravilnika namjera predstavljanja prikivenim komercijalnim AV komunikacijama smatra posebno istaknutom ukoliko je izvršena u zamjenu za novčanu nadoknadu, što je emiter svojim izjašnjenjem potvrdio („...nije bila namjera da se prikrije komercijalna komunikacija, imajući u vidu da je potpisan ugovor sa sponzorom“).
8. S obzirom da je emitovani programski sadržaj „Ukusi jutra“ emitovan bez naznake da se radilo o sponzorisanom programskom sadržaju, a da je emiter postojanje sponzorstva potvrdio u izjašnjenju, nesporno se može zaključiti da je u predmetnom slučaju prekršio član 95 stav 1 tač. 4 Zakona, kao i član 58 stav 1 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama koji predviđaju da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.
9. U toku emitovanog programskog sadržaja voditelj je preuzeo ulogu prezentera proizvoda iz ponude supermarketa „Voli“, predstavljajući konkretni subjekt uz isticanje proizvoda iz njegove ponude. Voditeljka je promovisala ponudu marketa direktno podstičući na kupovinu robe, posebno promotivnim upućivanjem na tu robu i ističući proizvode („Samo u 'Voli' marketima, smrznuti morski plodovi, u posebnim pakovanjima. U 'Voli' ribarnicama je u ponudi svježa morska riba - 'Sa koče', uživajte u plodovima mora“, „Ukoliko se odlučite da napravite ovakav dezert, sve potrebne namirnice možete pronaći u Volijevim marketima“). Nesporno je da je emiter na taj način prekršio i član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika, koji propisuju da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge.
10. Takođe, upućivanjem na konkretne proizvode iz asortimana supermarketa „Voli“ emiter je prekršio član 96 stav 5 alineja 2) Zakona, koji zabranjuje da programski sadržaji koji sadrže plasman proizvoda direktno podstiču na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, posebno promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge ili isticanjem proizvoda.
11. Prilikom emitovanja kulinarske rubrike „Ukusi jutra“, emiter nije ispunio zakonsku obavezu da programski sadržaj koji sadrži plasman proizvoda primjereno označi kao takav na početku i na kraju programa. Naime, na početku programa emitovana je grafička insertacija sadržine: „Ovaj program sadrži plasman proizvoda“, ali takve oznake nema na kraju programa. Na ovaj način emiter je propustio obavezu da programski sadržaj koji sadrži plasman proizvoda označi i na kraju programa, što je propisano članom 96 stav 5 alineja 3) Zakona.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-01 od 25.01.2013. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emiter emitovanjem predmetnog programskog sadržaja prekršio čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1, čl. 95 st. 1 tač. 2 i tač. 4 i čl. 96 st. 5 al) 2 i al) 3 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1 i čl. 61 Pravilnika i tač. 2.2. Odobrenja za emitovanje br. O-TV-J-01.

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 „TVCG1“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona informaciju o izrečenoj mjeri 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.

DIREKTOR



Dostavljeno:

- „Radio i Televizija Crne Gore“, direktor
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva