



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 46/3

Podgorica, 16.02.2021. 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. 02-46 od 18.01.2021. godine), direktor Agencije za elektronske medije donosi

R J E Š E N J E

1. Prihvata se anonimni prigovor, akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-46 od 18.01.2021. 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 Zakona o elektronskim medijima, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1 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, jer je dana 17. januara 2021. godine, u terminu od 11:11:10 do 11:40:53 časova, u okviru emisije „Agrosaznanje“, reprizirane dana 18. januara 2021. godine, u terminu od 01:02:58 do 01:56:26 časova, emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, odnosno jer je propustio da oglašavanje (telepromociju) učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) kršenja zabrane 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).
3. Nalaže se Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crna Gore“ iz Podgorice da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog 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. januara 2021. godine, u okviru emisije 'Agrosaznanje', reprizirane dana 18. januara 2021. godine, emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju i 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.
7. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Dana 18. januara 2021. 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. 02-46 od 18.01.2021. godine).

U prigovoru se navodi da je „'RTCG' je tokom emisije 'Agrosaznanje' emitovao komercijalnu reportažu sa kompanijom 'Franca' d.o.o. iz Bijelog Polja, gdje je vlasnik kompanije prezentovao rezultate i usluge svoje kompanije uz video prezentaciju proizvoda i kapaciteta same kompanije”, te da je „Javni servis na taj način prekršio Pravilnik o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama prikrivenim oglašavanjem, izbjegavajući jasno obilježje plaćenog termina ili telepromocije i dovodeći ostale poljoprivredne proizvođače u neravnomjeran položaj”.

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 21.01.2021. godine (akt broj 02-46/1 od 21.01.2021. 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. 02-46/2 od 22.01.2021. godine). U ostavljenom roku emiter nije dostavio izjašnjenje.

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).
- 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 snimak emitovanog programskog sadržaja, kao i navoda sadržanih u prigovoru, može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 17. januara 2021. godine, u periodu od 11:00:54 do 11:54:22 emitovao epizodu sadržaja o poljoprivredi „Agrosaznanje”, i u okviru nje, u terminu od 11:11:10 do 11:40:53 sati, prilog čiji je opis dat u tački 2.
2. Voditeljka u studiju: „*Za stočare na sjeveru Crne Gore najznačajnije pitanje je otkup žive stoke, bez toga njihov posao postaje uzaludan. Zato je poruka iz kompanije 'Franca' da nijedno jagnje u Crnoj Gori neće ostati neotkupljeno na neki način optimistička, ali da bi se to realizovalo treba kompanija da poveća izvoz jagnječeg mesa što ostvaruje jednim dijelom i preko barske luke. Za kontinuiran izvoz neophodna je stabilna proizvodnja, a to se ostvaruje kroz ugovore sa brojnim kooperantima. Mi smo pored posjete kompaniji razgovarali i sa proizvođačima u ovom lancu iz oblasti živinarstva i govedarstva*”.

Prilog počinje prikazivanjem spoljašnjosti kompanije „Franca”.

Milica Stijepović, reporterka: „30 godina rada kompanije 'Franca' pravi je povod da se sumiraju rezultati. Od zanatske radionice sa dva radnika, uprkos izvjesnim poteškoćama, za tri decenije stiglo se do ozbiljne agroindustrije, kaže izvršni direktor Hilmija Franca ističući šta je zapravo bio njegov cilj svih ovih godina.“

Tokom trajanja tonske informacije prikazuje se unutrašnjost kompanije, zaposleni i izvršni direktor u kancelarijama. U nastavku je emitovana izjava izvršnog direktora, Hilmije France.

Hilmija Franca: „Pa bili smo uvijek da kažem, servis, servis građanima. Prvo servis poljoprivrednicima, kooperantima. Mi smo bili u tom poslu svih ovih 30 godina partneri. Nikada nismo dozvolili da ostane jedno grlo, a posebno potenciram na jagnjeće meso, jagnjad, jer uvijek je bio problem kako viškove, kako redovnu prodaju i tržišne viškove plasirati na tržište. Ovaj, otkupiti kod poljoprivrednika i plasirati taj proizvod na tržište. Međutim, mi smo se fokusirali na to, dali smo sebi kao u amanet da nećemo ostaviti poljoprivrednike bez naše podrške. Znajući naše crnogorsko područje, posebno ruralna područja, nekako, išao sam puno po Evropi, svake godine, makar jednom ili dva puta i uvijek sam nešto išao kružnim putevima. Tamo uvijek idemo nešto uzbrdo, nizbrdo, al' nikako da da imamo nekakvu normalnu infrastrukturu putne mreže.“

Milica Stijepović, reporterka: „Sa ove pozicije naš sagovornik je obećao još jednom poljoprivrednim proizvođačima da će im i ubuduće biti na raspolaganju. Veoma je, kako kaže, važna organizovana kooperativa.“

Hilmija Franca: „Mi u ovom trenutku proizvodimo nešto između dvije i tri hiljade junadi na farma, na farmama godišnje i oko dva miliona kilograma pilećeg mesa, zdravog i lijepog, mislim to je kvalitet, najvećim dijelom, kozurno meso koje se svakim danom izlazi na na na tržište naših polica.“

Milica Stijepović, reporterka: „S obzirom na sve okolnosti interesovalo nas je kakva je 2020. godina bila za kompaniju 'Franca'.“

Hilmija Franca: „Ova godina je bila specifična, otežana, a iako je sve to bio problem mi smo našli nekako načina da se izborimo i da sve tržišne viškove sa sutrašnjim danom završimo i da te proizvode plasiramo našim građanima sada za novogodišnje i božićne praznike. Mislimo, kao što sam i rekao, da neće nijedno grlo ostati kod poljoprivrednika. Pitali ste kako je bilo. Imali smo manje promete, imali smo oko 15 posto manji promet nego prošle godine, ali smo to nadomjestili jednim dijelom. Povećali smo isto 15-ak posto izvoz, jes da je to manji procenat u odnosu na realizaciju, ali ipak zadovoljni smo ove godine da poslujemo sa nekakvom pozitivnom, da kažem nulom ili malom dobiti, tako da mislim da nećemo padnuti, ovaj, u tom segmentu.“

Milica Stijepović, reporterka: „Ono što poljoprivrednici na svojim gazdinstvima proizvedu, ova kompanija otkupi i plasira, dijelom u maloprodajnim objektima, a dijelom u hotelsko-turističkim preduzećima. No 'Franca' ima i izvoznike ambicije.“

Hilmija Franca: „Crna Gora je kao što i znate mala, mali je broj stanovnika i mi nismo imali drugog izbora nego da se potrudimo da nađemo nekakvo alternativno tržište. Imali smo sreću da smo našli ovu kompaniju iz Libana i mislim da je to što bi ja rekao kao kec na desetku ovaj, taj posao odraden profesionalno, po dogovoru i jedan nam je dio tog proizvoda ostao, još dvije, tri hiljade jagnjadi, al' mi smo to u redovnoj proceduri znali kako da završimo i sada ovih dana, neće kod poljoprivrednika imat', nijedan da kažem komad jagnjeta da bude višak. Pored, izvoza jagnjadi, mi smo u zadnje vrijeme, pokušavamo da nađemo tržište i za izvoz mesa i mesnih prerađevina, posebno junećega mesa i mesnih prerađevina od junećeg mesa. Od marta mjeseca izvozimo na njemačko tržište, tako da kontinuirano iz nedelje u nedelju imamo povećanje ovog proizvoda i mislim da ćemo tamo naći još nekolike kompanije, da uskoro možemo da počnemo da radimo i sa nekakvim ozbiljnijim isporukama. Mi moramo više da proizvodimo, više da stvarmo, veći broj kooperanata, da da iznađemo razne mogućnosti. Tu će morati i država da odigra, ovaj, ulogu, jer u okruženju su mnogo mnogo veće subvencije nego što se sada u ovom trenutku, ovaj, što dobijaju proizvođači.“

Tokom trajanja izjave u terminima od 11:16:35 do 11:16:42 (7 sekundi) i od 11:17:12 do 11:17:15 (3 sekunde) prikazuju se proizvodni pogoni za obradu mesa.

Milica Stijepović, reporterka: „U pretpristupnoj fazi države iz regiona su, kaže naš sagovornik bolje iskoristile sredstva evropskih fondova, naročito je istakao Bosnu i Hercegovinu.“

Hilmija Franca: „Oni su za sebe sada stvorili faktički pileće meso i juneće meso i izvoze to meso. Mi, mislim da bi i mi mogli u dogledno vrijeme makar, makar da se, da se poradi na tome i da nekako ove procedure

koje su da sada bile baš rigorozne kako da ostvarimo od IPARD-a, od, jer ta sredstva uvijek nam ta sredstva nekako izmaknu. Sve je to ok, da treba, treba, trebamo da pratimo evropske standarde, ali može to malo da se olabavi, za najmanju sitnicu, zapetu, zarez i nešto. Mi smo u ovoj situaciji da se odbije projekat i mislim da bi tu trebalo na tome poradit', da bi ta sredstva ona koja se vrata, nije to dobro jer onda kažu tamo, nema ljudi od akcije, neće ljudi da rade, a mislim da Crnogorci oće da rade samo trebamo dati mogućnost da se, da se dokazuju."

Milica Stijepović, reporterka: „Vi ostajete i u buduće, kako ste kazali na samom početku da budete servis poljoprivrednim proizvođačima i negdje građanima."

Hilmija Franca: „Mi ostajemo i kao što smo rekli i na početku, obećavamo ono što, kroz ove razne programe, kroz, jer mi radimo već 15-ak godina, ovaj, imamo dobru saradnju sa udruženjem penzionera gdje plasiramo, taj najveći dio, višak jagnjadi toj populaciji, mislim na zadovoljstvo uz pomoć normalno i države jednim dijelom na zadovoljstvo i penzionera i nas i poljoprivrednika do sada nismo imali te probleme. Ova je godina bila specifična, ali smo ga odradili kako smo ga odradili na drugačiji način i mislim ukoliko ova sezona sada bude kvalitetnija i nađe se lijek za ovu bolest mi smo u situaciji kada možemo da, bez neke velike, bez velikog da kažem problema te tržne i redovne tržne viškove da plasiramo na naše tržište."

Milica Stijepović, reporterka: „2021. godinu će u kompaniji 'Franca' obilježiti povećanje obima primarne proizvodnje i prerade."

Tokom ove informacije prikazuje se proizvodni pogon za obradu mesa. Zatim je ponovo emitovana Francina izjava.

Hilmija Franca: „Samim tim da smanjimo ovaj uvoz i da, ja mislim da su to najveći benefiti za ovu našu državu, da što manje uvezemo, a da što više plasiramo na strano tržište jer kao što znate mi smo veliki uvoznici svih proizvoda manje-više iz okruženja, ali i iz Evrope, ali mislim da možemo malo da se pokrenemo, da budemo malo agilniji i da stvorimo uslove da ljudi prepoznaju naš proizvod i...(nerazgovjetno) i građani i ljudi koji su...(nerazgovjetno), posebno u turizmu. Već dvije godine kompanija 'Franca' radi na obnovi havarisane infrastrukture. U planu su za sledeću godinu da pustimo u pogon i da modernizujemo pogone koji će proizvoditi mnogo veće kapacitete nego što smo do sada radili."

Milica Stijepović, reporterka: „Edis Vreva, kooperat kompanije 'Franca' kaže da njihova saradnja traje 11 godina i da za to vrijeme sve funkcioniše po planu i kako treba"

Kao pokrivalica korišten je kadar u kom se prikazuje Vreva dok razgovara sa reporterkom emisije, a u pozadini se mogu vidjeti grla stoke. U nastavku je data izjava Edisa Vreve, kooperat koji je na sebi imao radnu odjeću na kojoj je stajao logo kompanije „Franca“.

Edis Vreva: „To je, to je saradnja koja je zasnovana na zdravim principima. Znači, obzirom na pandemiju koronavirusa mi kooperanti to nismo osjetili. Znači, nije bilo nikakvih zakašnjenja u isplaćivanju naših zarada, znači sve je bilo bukvalno u dan."

Milica Stijepović, reporterka: „Kako ste organizovali upravo saradnju, na koji način je koncipiran vaš kooperantski odnos?"

Edis Vreva: „Pa oni nama obezbjeđuju grla, znači komplet hranu, znači za ishranu grla i mi imamo naknadu za tov junadi koja iznosi 10 eura po grlu na mesečnom nivou."

Milica Stijepović, reporterka: „I koliko vam traje turnus i koliko godišnje imate junadi u vašoj, na vašoj farmi?"

Edis Vreva: „Pa mi imamo oko 90 grla na našoj farmi. Turnus traje otprilike do 300 dana. Nekad kraće, nekad više, sve u zavisnosti od toga kako telad napreduju."

Milica Stijepović, reporterka: „Imate pripremljenu hranu, samo je vaše da održavate farmu i radite oko životinja."

Edis Vreva: „Znači, bukvalno što se tiče hrane mi tu nemamo brige. U suštini ako mi nešto proizvedemo mi možemo njima da da prodamo po tržišnim cijenama. Što se tiče kompanije 'Franca' imamo korektnu saradnju, znači mi bukvalno nismo osjetili nikakve probleme kroz ovu pandemiju virusa. Znači nama je bilo sve isplaćeno, kao i ranije, znači ako pratimo niz od 11 godina, što nije malo, nikada ni u jednom danu nismo imali zakašnjenje što se tiče naknade ili bilo čega od strane firme. Sve smo imali u kontinuitetu

snabdijevanje, znači u kontinuitetu, znači bez obzira na to, vjerovatno je situacija bila teška za kompaniju, ali mi kooperanti nismo to osjetili, ništa zakasnilo nije."

Milica Stijepović, reporterka: „Ko je sve uključen u posao i koliko na mjesečnom nivou možete da zaradite?"

Edis Vreva: „U posao porodično smo mi uključeni. Ovde, znači roditelji, mlađi brat i ja, mi smo tu uključeni, imamo 900 eura na mesečnom nivou, jer ono ide proporcionalno broju grla, znači 10 eura po grlu. Znači što se tiče koncepcije rada na farmi, znači tu uvijek mora biti jedno prisutno čisto da prati, da prati ovaj stanje, da se hrane goveda, otprilike ishrana je zasnovana da imamo dvije trećine koncentrovanog dijela, dvije trećine koncentrata, jednu trećinu ovaj kabastog dijela, znači u suštini koncentrat je zastupljen sa dvije tećine."

Milica Stijepović, reporterka: „Susrijećete li se sa određenim poteškoćama kada su bolesti životinja u pitanju, je li tu sve uredi?"

Edis Vreva: „Pa tu je, tu je da kažem sve uredi jer imamo veterinare. Farma 'Franca' znači ima svoju ekipu veterinaru znači i u bilo koje doba dana i noći mi njih možemo da pozovemo i oni su tu da bukvalno dođu u tren."

Milica Stijepović, reporterka: „Koja su ova grla rase ili je mješovita?"

Edis Vreva: „Pa to je više mješovito kao što vidite sami, ovo je otprilike ono što ima na našim, na našim pijacama jer to je neka indirektna korist od farme 'Franca' što naši i ostali proizvođači poljoprivredni, mi naše proizvode prodajemo na ovaj način, bilo da je sijeno u pitanju, bilo da su grla stoke, znači kupi se ono što ima na pijacu i ovo je da kažemo bukvalno, pasmine koje su zastupljene kod nas tu su na farmi, normalno težimo da imamo kvalitetnija grla."

Milica Stijepović, reporterka: „Sa koliko dođu starosti, a sa koliko odlaze u preradu?"

Edis Vreva: „Pa praktikujemo da one uđu u tov tu sa nekih 100, 160, 170 kilograma i preradu posle 300 dana tova, odu oko 600 kila."

Milica Stijepović, reporterka: „Naš sagovornik kaže da novac koji njegova porodica zaradi od kooperative dobro dođe. To im nije jedini, ali jeste osnovni izvor prihoda. Svoju budućnost Edis vezuje za poljoprivredu, već ima sopstvene zasade žitarica i povrća."

U nastavku je emitovan prilog iz proizvodnog dijela kompanije „Franca". Izjavu za emisiju dala Amra Štulić, potpisana kao „direktorica proizvodnje 'Franca'". U pozadini se mogu vidjeti radnici koji rade na obradi mesnih proizvoda.

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Kakva je bila 2020. godina koja je po mnogo čemu specifična, posebno po svjetskoj pandemiji koja nas je sve zadesila? Kakva je bila u vašoj fabrici?"

Amra Štulić: „Na samom početku pandemije, znači februar i mart mjesec ove godine imali smo i mi malo da kažem nesuglasica šta će se desiti sa nama, bojazni da li ćemo i dalje proizvoditi, da li će se ta roba prodavati, da li ćemo imati izvoz. Znači kao i za čitav svijet je bila totalna nepoznanica. Međutim, kako je vrijeme odmicalo vidjeli smo da taj proces proizvodnje i dalje ide, znači možda jedno 20-ak dana je bila manja prodaja, međutim nakon toga, najednom su krenuli i izvozi, dobili smo nove kupce, znači prvenstveno pričam o zemljama regiona, to su Bosna i Hercegovina, Srbija, Makedonija i Kosovo. U januaru mjesecu smo dobili zahtjev za izvoz u zemlje Evropske unije, konkretno u Njemačku. Krenuli smo u pripremu pasoša, artikala u skladu sa zakonima Evropske unije tako da je ta priča krenula od marta mjeseca, krenuli su prvi izvozi, konkretno za Njemačku. Nakon tih prvih izvoza svaka naredna isporuka je krenula da se pojačava. Kada je došla do kupaca naša roba, vidjeli su kvalitet te robe i u ovom momentu izvozimo jednom do dva puta nedeljno i proširujemo asortiman. Priprema robe za zemlje Evropske unije je izuzetno težak posao, znači da bi odradili pasoše tih proizvoda morali smo da uradimo dodatne analize u skladu sa zakonima Evropske unije koje smo radili u Beogradu na Institutu za higijenu i tehnologiju mesa da pratimo njihove zakone što u principu zadnje dvije do tri godine mi i radimo iako smo u Crnoj Gori i nismo izvozili za zemlje Evropske unije. Pratili smo trendove u Evropi i njihove pravilnike i svaku izmjenu nadomještavali sa tehnologijom, tako da tu nismo imali nekih velikih problema osim što je taj proces trajao mjesec do dva dana da se pripremi za jedan artikal kompletna analiza, da se uradi prevod, oblik pakovanja i onda da se krene u realizaciju i otpremu istog proizvoda. Krenuli smo sa dimljenim asortimanom od svinjskog mesa, tipa dimljene pečenice, dimljenog vrata, hamburške slanine, dimljenih butkica, koljenica, dimljenih...(nerazgovjetno) rebara koji su inače specijalitet u zemljama Evropske unije, pogotovo zapadne

Evrope, za restorane. Nakon toga smo proširili asortiman sa suvomesnatim i suvim fermentisanim kobasicama, isključivo od goveđeg mesa, kao i sa sterilisanim konzervama od svinjskog i goveđeg mesa."

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„Ono što me posebno interesuje, evo pomenuli ste taj izvoz za Njemačku, prvi put ove godine. Koji je to asortiman koji oni traže i koji vi njima prodajete?"*

Tokom pitanja reporterke preko ekrana se prikazuju sušeni mesni proizvodi i vakumirani pršut kompanije „Franca“ što se moglo vidjeti po etiketi te kompanije koja je stajala na tom vakumiranom proizvodu.

Amra Štulić: *„Znači, oni traže kompletan naš asortiman. Oni su obilazili tržište Crne Gore, ulazili su u maloprodajne objekte i isprobali su robu koja im se učinila jako primamljivom za njihovo tržište. Mi u ovom momentu izvozimo sve ono što zakoni Evropske unije dozvoljavaju, odnosno, s obzirom na to da se Crna Gora još uvijek tretira kao zemlja trećeg svijeta, znači u skladu sa postojećim zakonima taj asortiman robe i izvozimo."*

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„Kol'ke su količine u pitanju?"*

Amra Štulić: *„Pa u odnosu na ovo redovno izvozničko tržište, odnosno zemlje okruženja još uvijek je dosta manje, ali ovo je da kažem tek u povelju. Trenutno izvozimo na nedeljnoj bazi oko dvije tone gotovog proizvoda."*

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„Možete reći da je ova godina za vas ipak bila uspješna, s obzirom na sva dešavanja."*

Amra Štulić: *„Naravno, znači nijednog zaposlenog nismo otpustili, čak smo i povećali uposlenost ljudi. Samim tim, nametanjem veće prodaje krenuli smo u proširenje kapaciteta. Ove godine smo uradili proširenje djelatnosti, ove fabrike u kojoj se trenutno nalazimo. Znači nadogradili smo je i proširenje kapaciteta za proizvodnju suhomesnatog asortimana. Prije 15-ak dana smo pustili u pogon šest komora za proizvodnju suhomesnatog goveđeg asortimana gdje smo jednom šaržom povećali kapacitete za 40 tona. Tri do četiri šarže mogu u toku mjeseca u tim komorama da se urade."*

Tokom ove izjave kao pokrivalice se koriste snimci iz proizvodnog pogona, radnici koji pripremaju meso i mesne prerađevine i pakuju ih u kutije sa etiketom kompanije „Franca“.

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„Što se tiče domaćeg tržišta kakva je situacija? Kakve su sve tu potrebe bile tokom ove godine?"*

Amra Štulić: *„Pa domaće tržište, s obzirom da mi imamo jako mnogo naših maloprodajnih objekata, istina negdje oko 50-ak ako ne i više i radili smo na otvaranju novih maloprodajnih objekata na redovnom tržištu se ništa nije posebno desilo da kažem da se umanjilo, uglavnom sa otvaranjem novih marketa svi su dobili na povećanoj prodaji."*

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„S obzirm na to da je tehnologija prerade veoma komplikovana, možemo reći..."*

Amra Štulić: *„Veoma je kompleksna. Znači tu imamo mnogo asortimana. U svakom tom pogonu je zadužen po jedan tehnolog kojeg ja kontrolišem, koji radi u skladu sa mojim uputstvima, ali svaki proces, znači od početka, od prijema sirovine do pakovanja i otpreme gotovog proizvoda mora biti iskontrolisan maksimalno. Sve u cilju što veće bezbjednosti proizvoda i njegovog plasiranja na tržištu."*

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„Ipak je ljudski faktor mnogo važan u ovoj fabrici, ne samo u ovoj nego uopšte."*

Amra Štulić: *„Jeste."*

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„Rekli ste mi maloprije da imate ovdje mlade tehnologe uglavnom."*

Amra Štulić: *„Da, ali imamo i starih radnika koji imaju veliko iskustvo i sve ove mašine koje ćete, koje ste vidjeli i koje ćete vidjeti u toku obilaska su po najsavremenijoj tehnologiji, mašine sa zapada, samim tim one omogućavaju radniku da se lako obuči na njima i da prati tehnološki proces proizvodnje do detalja."*

Aleksandra Sjekloća, reporterka: *„Ipak su, odnosno u poslednje vrijeme sve se više govori o zdravoj ishrani, o tim trendovima prilikom ovaj ishrane odnosno u preradi uopšte. Interesuje me kakvi su zahtjevi tržišta, posebno evo Njemačke koju smo pomenuli, što se tiče dodataka, aditiva, boja, i tako dalje, konzervansa i tako dalje."*

Amra Štulić: „Da, da, za Evropsku uniju primljen je asortiman koji smo u prvom mahu krenuli da radimo je po njihovom zahtjevu proizveden bez alergena, odnosno bez glutena, što je inače karakteristično za redovno tržište i za zemlje okruženja, konkretno je upitanju Njemačka. Isključivo su tražili proizvod bez alergena i bez glutena, na šta smo mi odgovorili bez ikakvih problema, izvršili dodatne analize u Beogradu, na sadržaj...(nerazumljivo) u proizvodu koji pokazuje sadržaj kolagena u proteinima mesa, sadržaj vode, nuutritivnu vrijednost i kad smo odradili sve te analize i poslali uzorke gotovih proizvoda sa pratećim analizama odmah smo našli na povratnu reakciju da tu robu možemo da otpremimo za Njemačku.”

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Koliki je asortiman, kol'ko imate proizvoda?”

Amra Štulić: „Veoma je širok asortiman. Znači pored svježeg mesa imamo oko 150 vrsta gotovih proizvoda iz raznih grupa od barenih kobasičarskih proizvoda, preko dimljenih proizvoda, suhomesnatih, suvih fermentisanih. To je veoma širok asortiman i što se tiče vrste proizvoda i vrste pakovanja. Pakovanje u vakumu u zaštitnoj atmosferi i isto potrebno uraditi dodatna istraživanja koji je sadržaj ugljen-dioksida i azota. Količine pakovanja se sve više u ovom momentu traže proizvodi sa fiksnom gramažom, znači više nije kao nekada trend da se kupuje resursna roba nego je sve po 200, 300, 400 grama, što je veoma teško da kažem odgovoriti u nekim manje savremenim industrijama. Međutim, s obzirom da mi posjedujemo sve mašine i svu tehnologiju moramo da predvidimo koliko će se neki proizvod osušiti do kraja, odnosno isfermentovati da bi on imao na kraju masu gotovog proizvoda 330 ili 400 grama. Zahvaljujući klima komorama znači gdje kontrolišemo temperaturu, brzinu strujanja vazduha, relativnu vlažnost vazduha, radno vrijeme, pauzu, mi možemo to da iskontrolišemo do maksimuma i da proizvod kad dostigne ciljanu cifrnu gramažu bude perfektno suv i bezbjedan i spreman za plasiranje na tržište.”

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Koji je to još trend koji primjećujete kada je tražnja proizvoda u pitanju, treba istaći samo da od svih vrsta mesa vi pravite proizvode...”

Amra Štulić: „Da...”

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Ima li nekih trendova i tu? Da li se više traži jedna vrsta mesa od druge recimo?”

Amra Štulić: „Pa u principu ovaj, svaka vrsta mesa ima svojeg kupca. U ovom momentu, možda goveđi asortiman da kažem da je najtraženiji jer sa tom vrstom mesa, ovaj, svi da kažem slabije stoje u odnosu na nas. Mi imamo sopstvene farme, imamo sopstvenu goveđu klanicu tako da smo u odnosu na druge u prednosti i možemo da podmirimo potrebe tržišta.”

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Možete li nam reći o kojoj količini proizvoda na godišnjem nivou je riječ? Kol'ka je proizvodnja, da li imate takav podatak?”

Amra Štulić: „To ćemo uraditi na kraju godine za ovu, ali u principu mi pratimo po grupama proizvode, znači kapaciteti su suvi fermentisani 120 tona u jednoj šarži pršuta, imamo oko 100 tona, kad kažem pršut to je pršut farma pršut koji se proizvodi po specijalnoj italijanskoj tehnologiji, znači to nije pršut koji je, koji se proizvodi kod drugih proizvođača u Crnoj Gori, to je benzema pršut. Ova fabrika je napravljena u tom smislu da imamo ovaj proizvode po italijanskoj tehnologiji bez dima ili samo sa aromom dima i to je nešto što isto povećava bezbjednost proizvoda i ima svoje kupce i nadamo se da će to, ta vrsta proizvoda naći svoje tržište prvenstveno u izvozu. To su ogromne količine, zatim gradimo suhomesnatog asortimana dosta, znači ta jedna šarža je oko 300 tona, suhomesnatog i suvih fermentisanih kobasica. Već smo krenuli u realizaciju i pripremu, znači u fazi je, u završnoj fazi se nalazi izgradnja novih minusnih komora sa čime ćemo povećati kapacitete mesa za preradu, znači...(nerazgovjetno) tog mesa, znači nove...(nerazgovjetno) jednu smo završili, što je goveđa...(nerazumljivo). Sad treba da povećamo kapacitete...(nerazumljivo), rashladne prostore i jedan sirmi logistički centar odakle će sva upakovana paletirana roba ići na otpremu. Samim tim ćemo makar za jedno 50 posto povećati postojeće kapacitete.”

Tokom trajanja ovog intervjuja kao pokrivalice često su korišćeni kadrovi iz proizvodnog dijela fabrike, a prikazivani su i vakumirani mesni proizvodi sa etiketom kompanije „Franca”. U nastavku je data izjava muškarca potpisanog kao „Miroje Zejak-kooperant 'Franca'”.

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Vi se bavite živinarstvom 14 godina, inače ste kooperant mesne industrije 'Meso-promet' iz Bijelog Polja. Kako teče ta saradnja i na koji način?”

Miroje Zejak: „Da, ja sam kooperant kompanije 'Meso-promet' zadnjih četiri godine i saradnja je veoma uspješna. Ja sam zadovoljan kao kooperant, ovaj i smatram da je kompanija 'Meso-promet' zadovoljna. Kapacitet mojih farmi je 20.000 u turnusu. U toku godina odradimo pet turnusa, ovaj uvozimo piliće iz

Srbije, sa istog mjesta kao i ostali kooperanti, znači ja sam jedan od više kooperanata kompanije 'Meso-promet'. Kad pilići budu spremni za klanje kompanija 'Meso -promet' otkupi žive piliće, kompletnu proizvodnju."

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Vi ste inače i zaokružili proizvodnju, nabavili ste vašu klanicu, je li tako?“

Miroje Zejak: „Pa preko IPARD projekata sam ovaj odradio mini klanicu koja će za par mjeseca biti puštena u rad, ovaj, ali zbog posledica korone i zbog slabijeg plasmana ostao sam još jedan turnus da budem kooperant 'Meso-prometa' mada ćemo nastaviti saradnju u nekom drugom dijelu iako, znači saradivaću, neću odustati od kompanije 'Meso-promet' zato što je velika kompanija, što razumije poljoprivrednog proizvođača i ovaj, tako da nalazimo zajednički interes obostrani u daljoj saradnji. Ja planiram, znači, ima tu nekih proizvoda koje, jer ja ću imati samo svježiu piletinu, a onda ćemo se saradivati u tom dijelu kad treba njima, ovaj, pilića dopunjavamo se, kad treba meni davanje meni, onda ima nekih proizvoda koje će kompanija preuzima...koju ću davati, ovaj, kompaniji 'Meso-promet'. Ovaj hrana, znači, oni su uvoznici hrane za piliće i ja ću da nastavim uzimanje hrane i tako da ovaj ima prostora za dalju saradnju jer ja sam veoma mali u odnosu na kompaniju 'Meso-promet'. Znači ja sam samo jedan manji proizvođač jer kompanija 'Meso-promet' ima još 5-6 kooperanata, nisam ja jedini, tako da ima prostora za dalju saradnju."

Aleksandra Sjekloća, reporterka: „Zadovoljni ste cijenom?“

Miroje Zejak: „Pa cijena, sve ovo može više, ali trenutno kakva je situacija zadovoljan sam."

Kao pokrivalice, tokom ovog dijela priloga, korišteni su snimci na kojima se prikazuje farma živine koju drži Zejak.

3. Analizirani djelovi priloga su naglašeno promotivnog karaktera i nedvosmisleno se mogu smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer su u prilogu plasirane informacije od značaja samo za određene kompanije prehrambene industrije (kompanije „Franca“ d.o.o i „Mesopromet“ d.o.o. iz Bijelog Polja), a koje su se odnosile na isticanje njihovog poslovanja, prednosti saradnje sa njima, kao i ponude i dostupnosti njihovih proizvoda na tržištu.
4. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, navedeni djelovi predmetnog programskog sadržaja mogu se okarakterisati kao prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija, posebno imajući u vidu da su u prilogu predstavljeni konkretni poslovni subjekti (kompanije „Franca“ d.o.o i „Mesopromet“ d.o.o. iz Bijelog Polja), sa jasnim promotivnim elementima.
5. Postojanje prikrivenog oglašavanja u predmetnom prilogu (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
 - u emitovanom prilogu, kroz temu o otkupu stoke i preradi mesa na sjeveru Crne Gore, predstavljeni su konkretni poslovni subjekti, uz predstavljanje njihovog poslovanja i ponude njihovih proizvoda, na način da se preporučuje saradnja/kooperacija sa njima i kupovina proizvoda (mesa i mesnih prerađevina) iz asortimana kompanija, uz isticanje prednosti saradnje, raznovrsnosti i kvaliteta proizvoda koji se nalazi u njihovim asortimanima sa jasnim promotivnim elementima.
 - voditeljke su se obraćale gledaocima kao potencijalnim poslovnim saradnicima/kooperantima, kao i kupcima proizvoda iz ponude ovih kompanija kroz konstatacije („... poruka iz kompanije 'Franca' da nijedno jagnje u Crnoj Gori neće ostati neotkupljeno je na neki način optimistička, ali da bi se to realizovalo treba kompanija da poveća izvoz jagnječeg mesa...“, „... naš sagovornik je obećao još jednom poljoprivrednim proizvođačima da će im i ubuduće biti na raspolaganju“, „ono što poljoprivrednici na svojim gazdinstvima proizvedu, ova kompanija otkupi i plasira, dijelom u maloprodajnim objektima, a dijelom u hotelsko-turističkim preduzećima. No 'Franca' ima i izvozničke ambicije“, „vi ostajete i ubuduće... da budete servis poljoprivrednim proizvođačima i... građanima“, „2021. godinu će u kompaniji 'Franca' obilježiti povećanje obima primarne proizvodnje i prerade“, „... kooperant kompanije 'Franca' kaže da njihova saradnja traje 11 godina i da za to vrijeme sve funkcioniše po planu i kako treba“, „imate pripremljenu hranu, samo je vaše da održavate farmu i radite oko životinja“, „naš sagovornik kaže da novac koji njegova porodica zaradi od kooperative dobro dođe“, „možete reći da je ova godina za vas ipak bila uspješna...“, „...treba istaći samo da od svih vrsta mesa vi pravite proizvode...“) i postavljena pitanja („kako ste organizovali... saradnju, na koji način je koncipiran vaš kooperantski odnos?“, „... koliko na mjesečnom nivou možete da zaradite?“, „... pomenuli ste... izvoz za Njemačku... Koji je to asortiman koji oni traže i koji vi njima prodajete?“, „Koliko je asortiman, kol'ko imate proizvoda?“, „Možete li nam reći o kojoj količini

proizvoda na godišnjem nivou je riječ?", „vi se bavite živinarstvom 14 godina, inače ste kooperant mesne industrije 'Meso-promet' iz Bijelog Polja. Kako teče ta saradnja i na koji način?", „Zadovoljni ste cijenom?").

- predmetni prilog, u citiranim segmentima, mogao je dovesti u zabludu gledaoce u pogledu njegove stvarne prirode, jer su djelovi priloga 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 kompanija, jer su postavljena pitanja i iznošene informacije o njihovom poslovanju (mogućnostima poslovne saradnje sa privrednim subjektima) i proizvodima iz njihove ponude u okviru specijalizovane emisije o selu i savjetima u poljoprivredi.
 - da je predmetni prilog imao dominantno promotivan karakter, posebno ukazuje i to što je, u toku emitovanja razgovora sa gospodinom Edisom Vrevom (kooperantom kompanije „Franca“ d.o.o.) kao pokrivalica korišćeno kadriranje njegove radne odjeće na kojoj je stajao logo kompanije „Franca“, dok su tokom intervjua sa gospođom Amrom Štulić (direktoricom proizvodnje kompanije „Franca“ d.o.o.) kao pokrivalice korišćeni kadrovi iz proizvodnog dijela kompanije „Franca“ (sa kadriranim vakumiranim proizvodima i kutijama sa vidljivim etiketama kompanije „Franca“).
6. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranog priloga, 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).
7. Emiter je reprizirao predmetni programski sadržaj dana 18.01.2020. godine, u terminu od 01:02:58 do 01:56:26 časova, te je na taj način još jednom prekršio zakonske odredbe kojima je zabranjeno emitovanje prikriivenog oglašavanja, odnosno određeno da telepromocija, kao vid oglašavanja, bude lako prepoznatljiva i odvojena od ostalih programskih sadržaja.

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 priloga prekršio čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1 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.



Dostavljeno:

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