



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 06/3
Podgorica, 10.02.2021. 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, 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. 02-06 od 11.01.2020. 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. 02-06 od 11.01.2020. godine i privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. Podgorica, komercijalnom emiteru opšteg televizijskog programa „Televizija Vijesti“ izriče upozorenje, kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 08. januara 2021. godine, u okviru jutarnjeg programa „Boje jutro“:
 - emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju (oglašavanje), odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini jasno prepoznatljivom;
 - direktno podsticao na kupovinu usluga sponzora, isticanjem usluge u programskom sadržaju koji je bio sponzorisan.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 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 zvučno odvojenom od ostalih programskih sadržaja (član 89 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama);
 - c) kršenja uslova da sponzorisan programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 stav 1 tač. 2 Zakona o elektronskim medijima i član 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice, nalaže se da usaglasa emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Televizija Vijesti“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Televizija Vijesti“ d.o.o. je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u programu „Televizija Vijesti“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije je izrekla emiteru opšteg televizijskog programa 'Televizija Vijesti' upozorenje, jer je dana 08. januara 2021. godine, u okviru jutarnjeg programa 'Boje jutro', emitovao prikriveno oglašavanje, odnosno propustio da telepromociju učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Emiter je upozoren i zbog kršenja zabrane direktnog podsticanja na korišćenje usluga sponzora“.
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 11. januara 2021. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija”) dostavljen je anonimni prigovor, na rad privrednog društva „Televizija Vijesti” d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: „emiter”), komercijalnog emitera opšteg televizijskog programa „Televizija Vijesti” (zaveden kod Agencije pod br. 02-06 od 11.01.2021. godine).

U prigovoru se navodi da je „tokom emitovanja jutarnjeg programa 'Boje jutra' emiter prekršio Zakon... bliže određen Pravilnikom o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama, na način što je voditeljka programa najavila komercijalnu reportažu kompanije 'Mtel', nakon čega je novinar prezentovao servise kompanije 'Mtel', a pri tome izbjegavajući da telepromotivni sadržaj adekvatno obilježi oznakom telepromocije”, te je „na taj način prikrivenim oglašavanjem povrijedio više članova Pravilnika... (član 13 stav 1 i stav 2, član 14 stav 3)”.

Polazeći od navedenog, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je prigovor osnovan, odnosno da li je došlo do kršenja Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik”) i tač. 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-19.

Po tom osnovu, Sektor za monitoring Agencije je nakon uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja emitera sačinio nalaz dana 11.01.2021. godine (akt broj 02-06/1 od 11.01.2021. godine).

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon”) i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja činjenice da li je emitovanjem spornog sadržaja došlo do kršenja Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je emiteru dostavila predmetni prigovor, sa nalazom Sektora za monitoring i zatražila da, u roku od sedam dana od dana prijema zahtjeva, dostavi pisano izjašnjenje na date navode (akt broj 02-06/2 od 12.01.2021. godine). U ostavljenom roku emiter nije dostavio izjašnjenje.

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).
- 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 promovise svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 stav 1 tačka 17 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 95 stav 1 tačka 2 Zakona i član 61 Pravilnika propisuju da 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 14 stav 3 Pravilnika predviđa da oglas kojim se promovišu proizvodi ili usluge koji se mogu dobiti putem pozivanja određenih telefonskih brojeva mora sadržati jasnu i vidljivu oznaku cijene takvog poziva.

Na osnovu informacija i navoda sadržanih u prigovoru, kao i uvida u snimak emitovanog programa, Agencija konstatuje sljedeće:

1. Emiter je dana 08.01.2021. godine emitovao programski sadržaj „Boje jutra“ u periodu od 06:30:10 do 09:31:40 sati (3 sata 1 minut 30 sekundi). U okviru navedenog sadržaja, u periodu od 09:15:58 do 09:17:39 sati (1 minut 41 sekund), emitovan je programski segment čiji je opis dat u tački 2.
2. Najava (voditeljka u studiju): „Ubrzo sportske aktuelnosti, do tada pogledajte i šta izdvajaju za svoje klijente iz kompanije 'M:tel'."

Novinarski tekst (glas iz off-a): „Pokreni 'Deezer' i uživaj u omiljenoj muzici bilo kada i bilo gdje. Preporuka iz 'M:tel'-a je aplikacija 'Deezer'. Ova aplikacija omogućava online i offline slušanje muzike iz baze od preko 56 miliona pjesama iz internacionalnog, lokalnog, kao i regionalnih kataloga. Zatim, dostupnost preko stotinu miliona playlisti, pametni interface 'Flow', koji korisnicima preporučuje novu muziku na osnovu onoga što inače slušaju. Mogućnost da prate tekstove pjesama dok ih slušaju i tome slično. Aplikacija se može koristiti na svim mobilnim uređajima: mobilnom telefonu, tabletu i računaru. Nakon prve aktivacije, prvih mjesec dana korišćenja usluge je besplatno. Cijena mjesečne nadoknade za 'Deezer' iznosi 4,99 eura. Na osnovu promotivne akcije, svi korisnici koji se pretplate u toku prva tri mjeseca od lansiranja usluge će, do trenutka deaktivacije, koristiti 'Deezer' po mjesečnoj nadoknadi od 3,99 eura. Pretplata na paket automatski se obnavlja dok ga korisnik ne otkaže. Pravo na mjesec dana besplatnog paketa 'Deezer' imaju 'M:tel' korisnici svih box paketa, internet usluge, televizije, fiksne telefonije i svih postpaid tarifa. Fizička i pravna lica, kao i korisnici mobilnog interneta. Mjesec dana besplatnog korišćenja računa se od datuma aktivacije."

Novinarski tekst pokriven je kadrovima spoljašnjosti jedne od poslovnica kompanije „M:tel“. Takođe su prikazani krupni i široki kadrovi na kojima se vidi logo kompanije.

Tokom opisanih djelova programskog sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije (telepromocija, plaćeni termin i sl.).
3. Na početku i na kraju programskog sadržaja „Boje jutra“ emitovano je obavještenje o postojanju sponzora programa. Na punom ekranu prikazana je sljedeća grafička oznaka: na gornjoj polovini ekrana nalazi se tekst „Boje jutra, JUTARNJI PROGRAM TELEVIZIJE VIJESTI“, dok u donjem dijelu ekrana piše „SPONZORI EMISIJE“, ispod čega se nalaze logo oznake „Erste Bank“, 'M:tel', 'Studio osmislio i opremio Doding enterjeri'".
4. Uoči emitovanja i po završetku navedene emisije emitovana je i grafička oznaka „PP“ uz sljedeći tekst: „Ovaj program je sadržao plasiranje proizvoda".

Nakon jutarnjeg programa, u terminu od 9:31:45 do 9:57:07 sati (25 minuta 22 sekunde) emitovana je „TV prodaja“.

Istog dana, u terminu od 9 do 10 sati prikazan je i jedan oglasni blok, u trajanju od 1 minut 52 sekunde (u terminu od 9:57:46 do 9:59:38 sati).
5. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da u formi priloga upozna gledaoce sa mogućnošću korišćenja inovativnih internet aplikacija (internet aplikacija za slušanje muzike), 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 („Mtel“ d.o.o.), odnosno za konkretnu uslugu (internet aplikaciju za slušanje muzike „Deezer“), koja se nalazi u njenoj ponudi, kao što je dostupnost, karakteristike i cijenovna kategorija ove internet aplikacije.
6. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, navedeni dio predmetnog programskog sadržaja može se okarakterisati kao prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija, odnosno oglašavanje,

posebno imajući u vidu da je u prilogu predstavljen konkretni poslovni subjekt i usluga iz njegove ponude (kompanija („Mtel“ d.o.o. / internet aplikacija za slušanje muzike „Deezer“), sa jasnim promotivnim elementima. U toku emitovanog programskog sadržaja voditeljka je preuzela ulogu prezeneterke usluge iz ponude kompanije „Mtel“ d.o.o., predstavljajući konkretni subjekt uz isticanje konkretne usluge (internet aplikacija za slušanje muzike „Deezer“) iz njegove ponude, a sve to bez ikakve oznake da se radilo o oglašavanju (telepromociji).

7. 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:
- kroz opisivanje je predstavljen poslovni subjekt (kompanija „Mtel“ d.o.o) na način da se preporučuje njena ponuda (*„... pogledajte i šta izdvajaju za svoje klijente iz kompanije 'M:tel'“*), uz isticanje prednosti usluge koja se nalaze u njenoj ponudi (*„Ova aplikacija omogućava 'online' i 'offline' slušanje muzike iz baze od preko 56 miliona pjesama iz internacionalnog, lokalnog, kao i regionalnih kataloga. Zatim, dostupnost preko stotinu miliona 'playlisti', pametni 'interface' 'Flow', koji korisnicima preporučuje novu muziku na osnovu onoga što inače slušaju. Mogućnost da prate tekstove pjesama dok ih slušaju... Aplikacija se može koristiti na svim mobilnim uređajima: mobilnom telefonu, tabletu i računaru“*), cijene i povoljnosti kod aktivacije prezentovane usluge (*„Nakon prve aktivacije, prvih mjesec dana korišćenja usluge je besplatno. Cijena mjesečne nadoknade za 'Deezer' iznosi 4,99 eura. Na osnovu promotivne akcije, svi korisnici koji se pretplate u toku prva tri mjeseca od lansiranja usluge će, do trenutka deaktivacije, koristiti 'Deezer' po mjesečnoj nadoknadi od 3,99 eura. Pretplata na paket automatski se obnavlja dok ga korisnik ne otkaže. Pravo na mjesec dana besplatnog paketa 'Deezer' imaju 'M:tel' korisnici svih box paketa, internet usluge, televizije, fiksne telefonije i svih postpaid tarifa. Fizička i pravna lica, kao i korisnici mobilnog interneta. Mjesec dana besplatnog korišćenja računa se od datuma aktivacije“*). Na osnovu navedenog se može utvrditi da je sadržaj nedvosmisleno sadržao promotivni element;
 - analizirani dio programskog sadržaja *„Boje jutra“* (prilog o novoj usluzi/internet aplikaciji iz ponude kompanije „Mtel“ d.o.o.) je mogao dovesti u zabludu gledaoce, u pogledu njihove stvarne prirode, prevashodno zbog načina na koji je sadržaj predstavljao kompaniju i uslugu iz njenog asortimana, kao prezentovanje nove i inovativne internet aplikacije koja omogućava slušanje muzike na svakom mjestu i bez ograničenja. Prilog je formulisan na način koji je pogodan da gledaoca uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode.
 - da je prilog imao dominantno promotivni karakter, ukazuje i to što su kao pokrivalice u toku emitovanja predmetnog novinarskog teksta, korišćeni kadrovi jedne od poslovnica kompanije „Mtel“ d.o.o., sa krupnim i širokim kadriranjem logoa kompanije.
8. 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 spornog priloga nije bilo vidljivo adekvatno grafičko obavještenje da je u pitanju komercijalna AV komunikacija (telepromocija), emiter je prekršio navedenu odredbu Zakona, odnosno Pravilnika, jer je propustio da prilikom emitovanja ovog programskog sadržaja naznači da se radilo o komercijalnoj AV komunikaciji.
9. Emiter je pravilno označio emitovani jutarnji program *„Boje jutra“*, kao sponzorisan programski sadržaj, međutim, promotivnim upućivanjem na ponudu usluge sponzora (kompanija „Mtel“ d.o.o. / internet aplikacija za slušanje muzike „Deezer“) u toku predmetnog priloga emiter je prekršio član 95 stav 1 tačka 2 Zakona i čl. 61 Pravilnika, koji zabranjuju da sponzorisanе AVM usluge i programi direktno podstiču na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.
10. U predmetnom slučaju, član 14 stav 3 Pravilnika nije prekršen, jer se nije radilo o oglašavanju usluge koja se aktivira putem pozivanja određenog telefonskog broja, već se korišćenje usluge (aplikacije) omogućava putem aktivacije na mobilnom uređaju.

Saglasno navedenom, može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnog sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu direktnog podsticanja na korišćenje usluga sponzora programa posebnim promotivnim upućivanjem na konkretnu uslugu, kao i zbog propuštanja obaveze da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom. Na taj način on je emitovao prikrivene komercijalne AV komunikacije.

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 zbog kršenja čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1, čl. 95 st. 1 tač. 2 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1 i čl. 61 Pravilnika i tač. 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-19 i kojom se nalaže da emiter usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „Televizija Vijesti“ 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 će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.aemca.org.

Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

PРАВNA POUKA

Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana njegovog dostavljanja.

Dostavljeno:

- Privredno društvo „Televizija Vijesti“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva



DIREKTOR

Goran Vuković