



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 112/2

Podgorica, 04.03.2021. godine

Na osnovu člana 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11, 06/13, 55/16, 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 „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića, lokalnom javnom emiteru opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 31. januara 2021. godine, u terminu od 09:57:43 do 10:20:18 časova (22 minuta i 35 sekundi) emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, propustio da oglašavanje (telepromociju) učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja, kao i zbog toga što je u terminu od 10:00 do 11:00 časova, prekoračio maksimalno dozvoljeno trajanje oglašavanja po satu emitovanog programa javnog emitera.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, što je zabranjeno članom 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11));
 - b) kršenja obaveze emitera da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja (član 89 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c) kršenja obaveze da u programima javnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa (član 92 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 40 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je lokalnom javnom emiteru 'TV Nikšić' upozorenje jer je dana 31. januara 2021. godine, emitovao prikriveno oglašavanje, odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Takođe, emiter je istog dana, u periodu od 10:00 do 11:00 časova, prekoračio i maksimalno dozvoljeno trajanje oglašavanja po satu emitovanog programa od šest minuta“.
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

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „TV Nikšić“, „Lokalnog javnog emitera Radio i Televizija Nikšić“ iz Nikšića (u daljem tekstu: „emiter“), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je dana 31. januara 2021.g., u okviru televizijskog programa „TV Nikšić“, u terminu od 09:55:59 do 10:30:09 sati (34 minuta 10 sekundi), emitovan programski sadržaj „Privredni mozaik“. Monitoringom je utvrđeno da je u okviru predmetnog programskog sadržaja, u terminu od 09:57:43 do 10:20:18 sati (22 minuta 35 sekundi), emitovan razgovor sa gospođom Jelenom Glušicom Nikolić koja se bavi proizvodnjom prirodnih preparata za njegu lica i tijela, koji je sadržao elemente komercijalne AV komunikacije.

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, čl. 92, čl. 95 st. 1 tač. 2 i tač. 4 i čl. 96 st. 5 al) 2 i al) 3 Zakona o elektronskim medijima ("Sl.list CG", br. 46/10, 40/11, 53/11, 6/13, 55/16, 92/17 i 82/20, u daljem tekstu: „Zakon“), čl. 13 st. 1 i 2, čl. 37 st. 1, čl. 40, čl. 58 st. 1, čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11, u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.2. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-4.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-112/1 od 04.02.2021.g.).

Dana 23. februara emiter je dostavio pisano izjašnjenje (akt br. 02-112/2 od 23.02.2021.g.) u kom gospodin Vladimir Utješinović, urednik Televizije Nikšić navodi da „programski sadržaj 'Privredni mozaik' koji je emitovan 31. januara 2021. godine nije imao svrhu promocije proizvoda, odnosno bilo kakvu vrstu plaćene medijske usluge... već predstavljanje uspješne preduzetničke priče iz našeg grada... koncept... od početka emitovanja je takav da je u fokusu promocija preduzetništva, malog i srednjeg biznisa. Svi sadržaji emitovani u okviru ove emisije (reportaže o preduzetnicima i preduzetnicama) nijesu plaćeni od strane onih koji gostuju u njima, već za cilj imanju informisanje i edukaciju javnosti o mogućnostima i preduzetničkim idejama. Takođe, većina predstavljenih preduzetničkih priča u emisiji su podržane od strane Opštine Nikšić ili Vlade Crne Gore kroz različite projekte osnaživanja preduzetništva, pa na taj način dodatno promovišemo aktivnosti institucija u razvoju ovog privrednog sektora“.

U nastavku izjašnjenja se navodi da „navedenim sadržajima proizvodi i usluge predstavljeni u njima nijesu favorizovani u odnosu na druge, niti je gledaocima na bilo koji način sugerisano da kupuju proizvode ili koriste usluge predstavljene u emisijama. Smatraju da rad nekog preduzetnika nije moguće predstaviti bez pominjanja proizvoda ili usluge koje generišu“, te da „ukoliko iz ove emisije izuzmu segmente u kojima se pominju ili prikazuju proizvodi ili usluge, sadržaj bi izgubio smisao i bili bi prinuđeni da obustave emitovanje. S obzirom da je navedeni sadržaj izuzetno gledan, smatraju da bi prestankom njegovog emitovanja gledaoci bili na gubitku“.

Uz izjašnjenje je dostavljena i izjava gospođe Marine Radojević, urednice programskog sadržaja „Privredni mozaik“ u kojoj se navodi da je u „špicu 'Privrednog mozaika'... jasno naglašeno da su teme biznis, razvoj, investicije, preduzetništvo. Emisija nije reklamnog karaktera, već za sedam godina, koliko traje... podstiče razvoj mikro, malog, srednjeg i velikog biznisa sa akcentom na žensko preduzetništvo. Kad je riječ o emisiji sa gospođom Jelenom Glušicom-Nikolić, čija je djelatnost registrovana kao poljoprivredno gazdinstvo, a proizvode plasira na otkupnu listu... a koriste se u kozmetičke svrhe i kvalitet kontroliše Institut za javno zdravlje, potpuno je očekivano da proizvodi imaju istaknut naziv i sastav. Gospođa Glušica-Nkolić sopstvenim radom... pokušava da legalno obezbijedi dodatni prihod za porodicu što... zavređuje pažnju za podsticaj. Ističe da se svi... sagovomici bave nekom proizvodnjom, tako da bi bilo neizvodljivo da uopšte piše o njima, a da pri tom, s obzirom na to da je televizija vizuelni medij, ne prikaže njihove proizvode. Cilj emisije je isključivo podsticaj biznisa, a ne finansijska, ili slična nadoknda“.

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 i član 4 stav 1 tačka b Pravilnika).
 - telepromocija, prema članu 4 stav 1 tačka m) Pravilnika, predstavlja oblik oglašavanja tokom prenosa programa pri čemu se pravi pauza u dotadašnjem toku uredničkog sadržaja, a voditelj preuzima ulogu prezentera određenih proizvoda ili usluga.
 - zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona i član 13 stav 1 Pravilnika).
 - članom 88 Zakona predviđeno je da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva i može biti u obliku: radijskog i televizijskog oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda.
 - član 89 stav 1 Zakona i član 37 stav 1 Pravilnika predviđaju da radijsko i televizijsko oglašavanje i telešoping moraju biti lako prepoznatljivi i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeni od ostalih programskih sadržaja.
 - član 92 Zakona i član 40 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama 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 snimke emitovanog programskog sadržaja može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 31. januara 2021.g., emitovao emisiju „Privredni mozaik“, u terminu od 09:55:59 do 10:30:09 sati (34 minuta 10 sekundi). U okviru navedene emisije, u terminu od 09:57:43 do 10:20:18 sati (22 minuta 35 sekundi) prikazan je prilog o prirodnim preparatima za njegu lica i tijela.
2. Najava: *„Naša sugrađanka Jelena Glušica Nikolić godinama se bavi uzgojem ljekovitog bilja i pravljenjem melema i prirodne kozmetike. Razvila je široku lepezu preparata za njegu lica i tijela i razne tinkture i ljekovite preparate.“*

U uvodnom dijelu priloga bilo je riječi o početnim koracima u pokretanju biznisa pomenute preduzetnice.

Tokom navedenog dijela priloga emitovani su široki i krupni kadrovi preparata koje proizvodi preduzetnica Glušica Nikolić. Na krupnim kadrovima jasno su istaknuti naziv proizvoda, logo „prirodna kozmetika Jelena“, kao i kontakt telefon: 067 552 699.

OFF: *„Ljekovite biljke su temelj prirodne medicine i kozmetike, a to je ono što posebno voli. Razvila je široku lepezu proizvoda, a idući u korak sa vremenom, a u krajnjem, prateći tražnju, došla je do recepta za hidrantnu kremu sa hijaluronom i smiljem, na kojem se bazira sva njena kozmetika.“*

Navedeni dio priloga pokriven je kadrovima ambalaža sortiranih čajeva: „Zova sambucus nigra“, „Ginekološki čaj“, „Čaj za kašalj“. Takođe su prikazani kadrovi pripremljenih preparata sa sljedećim oznakama: „Hidrantna krema za tijelo“, „Noćna krema sa hijaluronom i smiljem“, „Serum za lice sa smiljem Anti Age“, „Čarobni prah za pranje i poliranje zuba“. Na svakom od navedenih preparata, pored naziva proizvoda, nalazi se logo „prirodna kozmetika Jelena“, kao i kontakt telefon: 067 552 699.

Jelena Glušica Nikolić: *„Svi znamo da je smilje najpoznatiji anti-age na svijetu i njegovo ime nam govori da je to onaj koji je vječno mlad i nikad ne umire. Evo, ovo je jedan moj divni preparat sa smiljem. To je serum, koji se sastoji od šest vrsta ulja, hladno cijeđenih i eteričnog ulja smilja. Većinom volim da proizvodim i da su mi sirovine ljekovito bilje iz naših predjela,*

odnosno iz Crne Gore, ali eto nešto i iz Srbije uvozim. A to su ova hladno cijedena ulja, jer mi nemamo još proizvođača za hladno cijedena ulja. A od njih koristim badem, lješnik, kajsiju, pomalo susama, pomalo argana i hladno cijedenu ružu. Evo, ovo je jedna krema koja je onako jedna od najmodernijih krema, to sad svi mladi znaju. I mladi, a i svi mi, posebno žene. Ovo je krema sa hijaluronom i smiljem. I ona je moja možda najaktuelnija krema. I svi je vole i svima prija. Evo, to je iz ove lepeze aroma kozmetike, to su ove hidratne kreme, koje se brzo upijaju i posle njih je koža jako nježna i glatka."

Tokom navedenog dijela razgovora, sagovornica prezentira neke od svojih proizvoda: „Serum za lice“, potom i „Noćnu kremu sa hijaluronom“, držeći prvo jednu, pa drugu ambalažu u rukama. Na zumiranom krupnom kadru, jasno su istaknuti naziv proizvoda, logo „prirodna kozmetika Jelena“, kao i kontakt telefon: 067 552 699. Odzum kadar prikazuje nekoliko proizvoda na stolu ispred preduzetnice (melema, seruma i krema), prilikom čega ona opisuje njihova svojstva i karakteristike.

Jelena Glušica Nikolić: „Napravila sam čitavu jednu lepezu proizvoda, od krema, seruma, krema za tijelo, melema raznih. Onda ovih preparata supozitorija, kao što su vaginalne i čepići za hemoroide. A u zadnje vrijeme imam i neke ajurvedske proizvode, koji su napravljeni u suvoj masi. Pošto se malo zabavljam, kad završim ovu našu tradicionalnu i onda se bavim malo i stranom tradicionalnom, koja je imala...pa eto stara je hiljadama godina i imam, uspješno rešava... Ovo je čarobni prah za pranje i poliranje zuba u suvoj masi. I zubi baš brzo izbije, a rešava i tako neke probleme sa desnama, razne upale, pa kod paradentoze, jer podstiče cirkulaciju i onda desni budu zdravi, a zubi čisti i bijeli. Eto, a ovdje su sapuni, sa kojim sam počela. A onda sam ih unaprijedila u ove filcane, jer sam kod Jelene Đukanović naučila da filcam, suvo i mokro filcanje. I onda, ja uvijek volim da upotrijebim to što znam, onda sam napravila filcane sapun, koji je prirodno bojan u vuni domaćoj, ovčijoj vuni. I on je fenomenalan piling i tako je dobar, mislim, piling i pranje. Dobijamo dva u jednom. Tako, imam razne meleme, koji su se pokazali, sve ovo radim već sedam godina. Ovo je moj božanstveni melem, koji je, vidite, evo po žutoj boji se vidi da je napravljen od nevena. I uvijek biljka daje boju nekom preparatu. Ako se pravi melem od kantariona, onda bude crvene boje. Ne može da bude melem bezbojan. Jer svaka biljka daje neku boju. Ako se pravi od nevena je žut, ako se pravi od kantariona je crven i eto tako, od smilja je zlatne boje. I ovaj moj melem, pa imam preko sto djece kojima sam pomogla kod ekcema. Onda pomaže mnogo kod opekotina, tako kod suve i ispucale kože. Mislim da je on, baš je božanstveni melem."

Tokom navedenog dijela razgovora emitovan je kadar većeg broja preparata (tinktura, seruma, krema) posloženih u dvije kutije. U nastavku sagovornica prezentuje nekoliko vrsta sapuna, opisujući proces proizvodnje. Zatim je prikazan zumirani kadar prirodnog melema, tokom kojeg preduzetnica objašnjava svojstva datog proizvoda.

OFF: „Blagodeti kozmetike 'Jelena' za sedam godina osjetile su mnoge dame. Ne samo u Nikšiću. Upotrijebi svoje znanje, ljubav, čajeve sakuplja daleko od grada, na planinama. Tu važe nepogrešive prirodne zakonitosti."

Navedeni dio priloga pokriva srednje krupni kadar na kojem se nalaze ambalaže melema, tinktura, sapuna i seruma poređanih na stolu ispred sagovornice. Potom i krupni kadar sapuna, te ambalaža sa čajevima („Zimski čaj“, „Gipsy tea“).

Jelena Glušica Nikolić: „Sve ove biljke ubiram na planini. Ti predjeli gdje ih ubiram provjerila sam na Institutu, da je čista i zemlja sa koje berem. Osim toga što... moji proizvodi su svi bezbjedni za korišćenje, jer su ispitani u Institutu za javno zdravlje. Ja sam ispitala i zemlju sa koje berem, jer nikad ne znamo ima li teških metala i tako da, sve je ispitano."

U nastavku priloga, preduzetnica navodi šta je sve inspirisalo na to da započne proizvodnju i kako je krenuo biznis.

OFF: „Sa željom da razvije recepturu, koja se ne zasniva na odokativnom principu, već da, kako kaže, bude sve u dvije decimale, završila je obuku u školi 'Aroma tea' Lejle Ljubinković u Beogradu."

Navedeni dio priloga pokriven je krupnim sporim šjenkom na kojem se nalaze sljedeći proizvodi: „Dnevna krema sa hijaluronom i smiljem“, „Čarobni prah za pranje i poliranje zuba“,

„Serum za lice sa smiljem Anti Age". Na kadru su, pored naziva proizvoda, istaknuti logo „prirodna kozmetika Jelena", kao i kontakt telefon: 067 552 699.

Jelena Glušica Nikolić: „I svi očekuju od mene nešto novo, svake godine. I ja sam ih stvarno svake godine iznenađivala sa nekim novim proizvodima i nekim novim linijama. I dobijala sam dobre odgovore na to. Svima se sviđa. Sve što sam uradila otišlo je i svaki moj proizvod je bio dovoljno dobar, da sam dobila dobre odgovore od klijenata."

OFF: „Pored mušterija, odgovor o ispravnosti i kvalitetu daju i nadležne institucije, Institut za javno zdravlje. Svoju djelatnost registrovala je kao poljoprivredno gazdinstvo, pa proizvode može da plasira na otkupnu listu."

Navedeni dio priloga pokriven je sporim švenkom na kojem se nalaze sljedeći proizvodi: „Hidrantna krema za tijelo", „Noćna krema sa hijaluronom i smiljem", „Čarobni prah za pranje i poliranje zuba", „Dnevna krema sa hijaluronom i smiljem", „Serum za lice sa smiljem Anti Age", te statičnim krupnim kadrom na kojem su prikazani „Serum za lice sa smiljem Anti Age" i „Čarobni prah za pranje i poliranje zuba". Na kadrovima su, pored naziva proizvoda, istaknuti logo „prirodna kozmetika Jelena", kao i kontakt telefon: 067 552 699.

Jelena Glušica Nikolić: „Nemam bar-kod. Nijesam uspjela, još nemam laboratoriju (nerazgovjetno). To mi treba za bar-kod. A kao medari, sad mogu na otkupnu listu i sad moje proizvode, mogu da se nađu u Podgorici, u zdravoj hrani 'Bio shop', 'Bio eliksir' i u 'Vodenicji'."

Tokom navedenog dijela razgovora emitovani su kadrovi knjiga i priručnika iz oblasti kojom se bavi preduzetnica. Prikazan je i jedan kadar ambalaža sortiranih čajeva: „Zova sambucus nigra", „Ginekološki čaj", „Čaj za kašalj".

Potom je bilo riječi o procesu pripreme i uslovima za proizvodni proces. Preduzetnica je, takođe, govorila o prilikama za unapređivanje znanja iz oblasti kojom se bavi.

Navedeni dio razgovora pokriven je kadrom ambalaža proizvoda „Vaginalete", na kojima je jasno istaknut logo „prirodna kozmetika Jelena", kao i kontakt telefon: 067 552 699. Takođe je emitovan kadar koji prikazuje nekoliko proizvoda poređanih na stolu ispred sagovornice (melemi, serumi, sapuni i tinkture).

Jelena Glušica Nikolić: „Imamo svoju domaću rakiju, koju proizvodimo od naših organskih jabuka i dunja. Tako da mi je to vrlo važno isto što imam svoju sirovinu, tako da mogu da idem onda i mnogo niže sa cijenom. Jer sve što sama uberem, ne moram ništa da kupim. I to je vrhunskog kvaliteta. I znam na kojim predjelima raste koja biljka i sve berem sa planina iz okoline Nikšića."

U nastavku priloga, Glušica Nikolić govori o podršci i pomoći koju dobija od porodice i drugih. Potom je ponovo bilo riječi o sirovinama koje koristi tokom pripreme preparata. Preduzetnica govori i o značajnom iskustvu sa Inovaciono preduzetničkim centrom „Tehnopolis". Zatim je bilo riječi i o kanalima promocije njenih preparata.

Jelena Glušica Nikolić: „To može kod nas, jer smo mala sredina. Onda druga priča je društvene mreže, to mi je isto mnogo pomoglo. Ja sam iskoristila društvene mreže na najbolji mogući način. Pa eto i televizija, nikad televiziju ne odbijam, to mi jedna divna reklama."

Tokom navedenog dijela razgovora emitovan je kadar većeg broja preparata (tinktura, seruma, krema) posloženih u dvije kutije. Zatim je prikazan krupni kadar raznih tinktura, na kojima je ispisan naziv i način upotrebe.

U nastavku razgovora Glušica Nikolić iznosi i svoje buduće planove.

Jelena Glušica Nikolić: „Ali sam odlučila da ostanem individualni proizvođač. Da izlažem pomalo na sajmovima i da je to to. Eto, počela sam kao zanatska radionica da proizvodim za druge ljude, već imam dvoje ljudi iz Podgorice za koje proizvodim, 'Botanika Montenegrina' i sad će da krene u proces jedan modni kreator, za njih ću ja da radim."

Razgovor se završava navodima datim u nastavku.

Jelena Glušica Nikolić: „To su young living ulja, najpoznatija na svijetu, najčistija eterična ulja na svijetu. U zadnje vrijeme sam počela da radim kozmetiku sa njima i evo imam ovdje ovaj

difuzer, ne možete da osjetite miris kako divno miriše lavanda. A ona su toliko čista da mogu da se piju. Sto posto čista ulja i fenomenalna su. Ja sam nešto naučila i vidjela u toj školi 'Aroma' kozmetike kod Lejle Ljubenković, pa sam osjetila te... to mi je pobudilo želju da ih imam i ona su, jako su i skupa. Ali eto, kad nešto volimo, nađemo i način da dođemo do toga."

Tokom navedenog dijela priloga prikazan je kadar na kojem se nalaze sljedeći proizvodi: „Hidrantna krema za tijelo“, „Noćna krema sa hijaluronom i smiljem“, „Čarobni prah za pranje i poliranje zuba“, „Serum za lice sa smiljem Anti Age“. Na kadru su, pored naziva proizvoda, istaknuti logo „prirodna kozmetika Jelena“, kao i kontakt telefon: 067 552 699. Navedeni dio razgovora pokriva i zum, te odzum kadar, tokom kojeg preduzetnica pokazuje paletu eteričnih ulja koje koristi prikom pripreme preparata.

OFF: *„I pored toga što je kozmetika sto posto prirodna, Jelena je u cijene ukalkulisala sopstvenu skromnost, kupovnu moć i želju da joj prodaja omogući minimum uslova nastavi da radi ono što voli.“*

Jelena Glušica Nikolić: *„To sam namjerno tako uradila, da bude prihvatljivo za sve, za sve žene, čak i za one koje ne rade. Da mogu da priušte sebi da kupe svoju kremicu. To ulje od smilja, svi misle da je, ono je jako skupo, jedan litar košta oko dvije hiljade eura, litar eteričnog ulja ruže je sedam hiljada eura. Sa smiljem radim, jer kod nas ima plantaža. Nadam se da ću jednog dana da posadim nekolike bugarske ruže, da ću ja imati neku svoju malu plantažicu, sa koje bih bar mogla da imam (nerazgovjetno), ili bar destilate, jer to je fenomenalno ulje i mislim da će ono da bude hit u nekom narednom periodu.“*

Navedeni dio razgovora pokriven je kadrom na kojem su prikazani sapuni, ambalaže melema i krema, te brošura sa logoom brenda preduzetnice. Takođe su prikazane ambalaže eteričnih ulja, među kojima je jedan proizvod sa oznakom „Eterično ulje *helichrysum italicum*“, ispod čega se nalazi logo „prirodna kozmetika Jelena“, kao i kontakt telefon: 067 552 699. Tokom završnog dijela razgovora emitovan je kadar većeg broja preparata (tinktura, seruma, krema) posloženih u dvije kutije. Prikazan je i kadar na kojem se nalaze sljedeći proizvodi: „Hidrantna krema za tijelo“, „Noćna krema sa hijaluronom i smiljem“, „Čarobni prah za pranje i poliranje zuba“, „Serum za lice sa smiljem Anti Age“.

3. Tokom trajanja priloga nije emitovano obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije (plaćeni termin, telepromocija i sl.).

Istog dana, u periodu između 10 i 11 sati, u terminu od 10:55:12 do 10:55:55 časova (43 sekunde), emitovana je oglasna poruka tokom koje je u donjem desnom uglu ekrana prikazan digitalni sat sa tačnim vremenom emitovanja (sat, minut, sekunda).

4. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da izvjesti gledaoce o „uspješnoj preduzetničkoj priči“, odnosno mogućnostima za razvoj „preduzetništva, malog i srednjeg biznisa“, kao i afirmaciji ženskog preduzetništva i zdravog stila života korišćenjem prirodnih preparata (čiji je kvalitet kontrolisan od strane Instituta za javno zdravlje), predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku emisije / programa. Jer, u njemu značajnu ulogu imaju informacije bitne samo za određenu preduzetnicu (gospođu Jelenu Glušicu Nikolić - „prirodna kozmetika Jelena“), a koje se odnose na raznovrsnost proizvoda koje proizvodi („Razvila je široku lepezu proizvoda“, „došla je do recepta za hidrantnu kremu sa hijaluronom i smiljem, na kojem se bazira sva njena kozmetika“, razne vrste sortiranih čajeva: „Zova *sambucus nigra*“, „Ginekološki čaj“, „Čaj za kašalj“, „Zimski čaj“, „Gipsy tea“, „preparat sa smiljem...serum, koji se sastoji od šest vrsta ulja, hladno cijedenih i eteričnog ulja smilja“, „Ovo je krema sa hijaluronom i smiljem. I ona je... možda najaktuelnija krema. I svi je vole i svima prija... to je iz ove lepeze aroma kozmetike, to su.. hidrantne kreme“, „serum za lice sa smiljem 'Anti Age'“, „napravila sam čitavu jednu lepezu proizvoda, od krema, seruma, krema za tijelo, melema raznih. Onda... preparata supozitorija, kao što su vaginalete i čepići za hemoroide. A u zadnje vrijeme... i neke ajurvedske proizvode, koji su napravljeni u suvoj masi“, „prah za pranje i poliranje zuba u suvoj masi“, „sapuni... onda sam ih unaprijedila u ove filcane“, „imam razne meleme“, „Imamo svoju domaću rakiju, koju proizvodimo od naših organskih jabuka i dunja“), prednosti i bezbjednost proizvoda („ovo je.. krema koja je.. jedna od najmodernijih krema, to sad svi mladi znaju. I mladi, a i svi mi, posebno žene“, „ovo je čarobni prah za pranje i poliranje zuba... I zubi baš brzo izbijeje, a rešava i tako neke

probleme sa desnima, razne upale, pa kod paradentoze, jer podstiče cirkulaciju i onda desni budu zdravi, a zubi čisti i bijeli", „filcani sapun... on je fenomenalan 'piling' i... pranje. Dobijamo dva u jednom", „Ovo je moj božanstveni melem, koji je... napravljen od nevena", „ovaj moj melem, pa imam preko sto djece kojima sam pomogla kod ekcema. Onda pomaže mnogo kod opekotina, tako kod suve i ispucale kože", „... moji proizvodi su svi bezbjedni za korišćenje, jer su ispitani u Institutu za javno zdravlje. Ja sam ispitala i zemlju sa koje berem, jer nikad ne znamo ima li teških metala i tako da, sve je ispitano", „Pored mušterija, odgovor o ispravnosti i kvalitetu daju i nadležne institucije, Institut za javno zdravlje. Svoju djelatnost registrovala je kao poljoprivredno gazdinstvo, pa proizvode može da plasira na otkupnu listu", kao i informaciju o prodajnim objektima u kojima gledaoci mogu pronaći navedene proizvode („mogu da se nađu u Podgorici, u zdravoj hrani 'Bio shop', 'Bio eliksir' i u 'Vodenici'"), uz isticanje stručnosti i znanja sagovornice u proizvodnji kozmetike i preparata („Sa željom da razvije recepturu, koja se ne zasniva na odokativnom principu, već da... sve u dvije decimale, završila je obuku u školi 'Aroma tea' Lejle Ljubinković u Beogradu", „ja sam... svake godine iznenađivala sa nekim novim proizvodima i nekim novim linijama. I dobijala sam dobre odgovore... Svima se sviđa. Sve što sam uradila otišlo je i svaki moj proizvod je bio dovoljno dobar, da sam dobila dobre odgovore od klijenata").

5. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:

- kroz opisivanje je predstavljen konkretan poslovni subjekt (preduzetnica Jelena Glušica Nikolić), na način da se preporučuje kupovina preparata, kozmetike i čajeva iz asortimana preduzetnice, uz isticanje prednosti ponude („Naša sugrađanka Jelena Glušica Nikolić godinama se bavi uzgojem ljekovitog bilja i pravljenjem melema i prirodne kozmetike", „Ljekovite biljke su temelj prirodne medicine i kozmetike, a to je ono što posebno voli", „Blagodeti kozmetike 'Jelena' za sedam godina osjetile su mnoge dame. Ne samo u Nikšiću. Upotrijebi svoje znanje, ljubav, čajeve sakuplja daleko od grada, na planinama. Tu važe nepogrešive prirodne zakonitosti", „Pored mušterija, odgovor o ispravnosti i kvalitetu daju i nadležne institucije, Institut za javno zdravlje. Svoju djelatnost registrovala je kao poljoprivredno gazdinstvo, pa proizvode može da plasira na otkupnu listu") i mogućnosti kupovine proizvoda u prodavnicama zdrave hrane („sad moje proizvode, mogu da se nađu u Podgorici, u zdravoj hrani 'Bio shop', 'Bio eliksir' i u 'Vodenici'"). Na osnovu navedenog, sadržaj nedvosmisleno sadrži promotivni element;

- analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode. To je prevashodno moguće zbog načina na koji sadržaj predstavlja ponudu. Formulisan je na način koji je pogodan da gledaoca uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode.

- da prilog ima dominantno promotivan karakter, posebno ukazuje to što su, u toku emitovanja razgovora sa gospođom Jelenom Glušicom Nikolić promovisani razni proizvodi iz ponude krupnim i sporim kadriranjem amabalaža tih proizvoda, uz često i prenatlašeno isticanje broja kontakt telefona (067 552 699), kao i logo-a preduzetnice („prirodna kozmetika Jelena[®]).

6. U toku emitovanog priloga voditelj je preuzeo ulogu prezentera proizvoda (kozmetike, preparata) koji se nalaze u ponudi preduzetnice Jelenom Glušicom Nikolić („Naša sugrađanka Jelena Glušica Nikolić godinama se bavi uzgojem ljekovitog bilja i pravljenjem melema i prirodne kozmetike", „Ljekovite biljke su temelj prirodne medicine i kozmetike, a to je ono što posebno voli", „Blagodeti kozmetike 'Jelena' za sedam godina osjetile su mnoge dame. Ne samo u Nikšiću. Upotrijebi svoje znanje, ljubav, čajeve sakuplja daleko od grada, na planinama. Tu važe nepogrešive prirodne zakonitosti", „Sa željom da razvije recepturu, koja se ne zasniva na odokativnom principu, već da... bude sve u dvije decimale, završila je obuku u školi 'Aroma tea' Lejle Ljubinković u Beogradu", „Pored mušterija, odgovor o ispravnosti i kvalitetu daju i nadležne institucije, Institut za javno zdravlje. Svoju djelatnost registrovala je kao poljoprivredno gazdinstvo, pa proizvode može da plasira na otkupnu listu"), a sve to bez ikakve oznake da se radilo o oglašavanju (telepromociji). Na ovaj način emiter nije oglašavanje učinio lako prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja, čime je prekršio član 89 stav 1 Zakona i član 37 stav 1 Pravilnika.

7. Predmetnog dana, u periodu od 10:00 do 11:00 časova, ukupno oglašavanje iznosilo je 21 minut i 1 sekund. Emiter je na taj način prekršio i čl. 92 stav 1 Zakona i čl. 40 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama, koji predviđaju da u programima javnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa.

Saglasno navedenom, može se zaključiti da je emiter emitovanjem i repriziranjem predmetnog priloga prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu emitovanja prikrivene komercijalne AV komunikacije, odnosno propuštanja da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Time je emiter, u periodu od 10:00 do 11:00 časova, prekoračio i maksimalno dozvoljeno trajanje oglašavanja po satu emitovanog programa od šest minuta.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-4 od 04.03.2013. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje može se utvrditi da je objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1 i čl. 92 st. 1 Zakona, kao i čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1 i čl. 40 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktor Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „TV Nikšić“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona informaciju o izrečenoj mjeri 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:

- „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva

