



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 116/3
Podgorica, 08.03.2021. 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. 02-116 od 08.02.2021. godine), direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Prihvata se anonimni prigovor, akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-116 od 08.02.2021. 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 i čl. 96 stav 5 alineja 2) 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 07. februara 2021. godine, u terminu od 09:44:13 do 09:51:41 časova (7 minuta 28 sekundi), u okviru kulinarske rubrike „*Ukusi jutra*“, koja je emitovana u toku jutarnjeg programa „*Dobro jutro Crna Goro*“, emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, propustio da oglašavanje (telepromociju) učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja, kao i zbog kršenja zabrane direktnog podsticanja kupovine proizvoda, isticanjem istih, u toku emitovanja programskog sadržaja koji je sadržao plasman proizvoda.
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),
 - c) kršenja zabrane 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 čl. 96 st. 5 al. 2) Zakona o elektronskim medijima).
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 07. februara 2021. godine, u okviru kulinarske rubrike 'Ukusi jutra', koja je emitovana u toku jutarnjeg programa 'Dobro jutro Crna Goro', emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih

programskih sadržaja. Emiter je prekršio i zabranu direktnog podsticanja kupovine proizvoda, isticanjem istih, u toku emitovanja programskog sadržaja koji je sadržao plasman proizvoda".

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 8. februara 2021. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) dostavljen je anonimni prigovor, na rad Javnog preduzeća „Radio Televizija Crne Gore“ iz Podgorice, kao javnog emitera opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ (akt zaveden kod Agencije pod br. 02-116 od 08.02.2021. godine).

U prigovoru se navodi da je „*Javni servis prekršio Pravilnik o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama emitujući kroz jutarnji program, u okviru kulinarske rubrike, prilriveno oglašavanje, na način što je promovisao proizvode i usluge kompanije 'Voli' d.o.o., na način što je svjesno navodio gledaoce da... proizvode mogu pronaći u prodavnicama 'Voli', pri tome nije taj sadržaj obilježio oznakom predviđenom za telepromotivne sadržaje*“, te da je „*tokom cijelog trajanja... segmenta plasirao vizuelni identitet kompanije 'Voli' d.o.o., kroz 'product placement' sadržaj obmanjujući gledaoce i dovodeći ostale klijente u neravnotežan položaj. Računajući i ovaj element kao promotivni sadržaj, emiter je jasno prekoračio graničnu kvotu oglašavanja u jednom satu*“.

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 09.02.2021. godine (akt broj 02-116/1 od 09.02.2021. 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. 02-116/2 od 10.02.2021. godine). U ostavljenom roku emiter nije dostavio izjašnjenje.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnog sadržaja došlo do kršenja propisanih standarda o komercijalnim audiovizuelnim 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 1 tačka 15 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, prema članu 4 st. 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.
- članom 96 stav 5 alineja 2) Zakona 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.

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

1. Emiter je dana 07. februara 2021. godine, emitovao jutarnji program „Dobro jutro Crna Goro“, u terminu od 06:59:38 do 10:00:23 sati (3 sata 45 sekundi), u okviru kojeg je emitovao kulinarsku rubriku „Ukusi jutra“ u terminu od 09:44:13 do 09:51:41 sati (7 minuta 28 sekundi). „Ukusi jutra“ predstavljaju stalnu rubriku u trajanju od desetak minuta koja je kratkom grafičkom insertacijom (najavom/odjavom) odvojena od ostatka sadržaja.
2. Sadržaj je najavljen od strane voditeljke jutarnjeg programa: „...A u nastavku našeg programa 'Ukusi jutra', za koji, nekoliko, zapravo, sekundi šefica kuhinje Slađana Šoć otkriće nam šta priprema“. U nastavku je emitovan programski sadržaj, koji je predmet prigovora.

Na početku emitovanog programskog sadržaja, u terminu od 09:44:31 do 09:44:38 sati (7 sekundi), u gornjem lijevom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija sljedeće sadržine: „Ovaj program sadrži plasman proizvoda“.

U nastavku, tokom pripreme jela, u terminu od 09:45:01 do 09:45:07 sati (6 sekundi), u donjem lijevom uglu ekrana emitovana je grafička insertacija – logo kompanije „Voli“.

U terminu od 09:45:26 do 09:46:00 sati (34 sekunde) emitovan je tekst sljedeće sadržine:

Slađana Šoć: „Ukoliko se odlučite za neko od mojih jela, sve potrebne namirnice možete pronaći u 'Volijevim' marketima. 'Slatko srce', kolači i torte su pripremljeni od namirnica vrhunskog kvaliteta. Osnovna karakteristika im je da, u potpunosti, opravdaju pridjev domaći, jer je čitava paleta proizvoda ima ukus, izgled i miris kolača nastalih u kuhinji iskusnih domaćica. 'Slatko srce' kolače i torte možete pronaći u svim 'Voli' marketima“.

Kao pokrivalice za gore navedeni tekst korišćeni su snimci, na punom ekranu, pomenutih artikala iz ponude, sa cjenovnim prikazom, uz naznaku: „Slatka ponuda – 'Slatko srce“.

Tokom navedenog programskog sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne audiovizuelne komunikacije - telepromocija.

U terminu od 09:50:23 do 09:50:29 sati (6 sekundi), u donjem lijevom uglu ekrana emitovana je grafička insertacija – logo kompanije „Voli“.

Scenografija rubrike „Ukusi jutra“ sadrži logo kompanije „Voli“ i to: na podu (neposredno ispred kuhinjskog stola za pripremu), predmetima na kuhinjskom stolu (čaše), u vidu dekoracije na zidnim policama. Kompanija „Voli“ nije označena kao sponzor jutarnjeg programa „Dobro jutro Crna Goro“, niti rubrike „Ukusi jutra“.

U terminu od 09 do 10 sati nijesu emitovane komercijalne audiovizuelne komunikacije izuzev komunikacija opisanih u tački 2.

3. Analizirani dio jutarnjeg programa „Dobro jutro Crna Goro“ (kulinarska rubrika „Ukusi jutra“) je naglašeno promotivnog karaktera i nedvosmisleno se može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer su u kulinarskoj rubrici plasirane informacije od značaja samo za određenu kompaniju (kompanija „Voli“ d.o.o.), a koje su se odnosile na isticanje artikala/namjernica iz njene ponude, kvaliteta tih namjernica, kao i dostupnost istih u marketima kompanije.
4. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, navedeni dio jutarnjeg programa „Dobro jutro Crna Goro“, može se okarakterisati kao prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija, posebno imajući u

vidu da je u kulinarskoj rubrici „Ukusi jutra“, predstavljen konkretan poslovni subjekt (kompanija „Voli“ d.o.o. iz Podgorice), sa jasnim promotivnim elementima.

5. Postojanje prikrivenog oglašavanja u predmetnom dijelu jutarnjeg programa (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
 - u emitovanom jutarnjem programu „Dobro jutro Crna Goro“, kroz redovnu rubriku o kulinarstvu, predstavljen je konkretan poslovni subjekt, uz predstavljanje ponude artikala/namjernica iz njegovog prodajnog asortimana, na način da se preporučuje kupovina tih namjernica („Slatko srce“, kolači i torte), uz isticanje raznovrsnosti i kvaliteta istih, a koje se nalaze u ponudi prodajnih objekata poslovnog subjekta (marketima kompanije „Voli“ d.o.o.) sa jasnim promotivnim elementima.
 - U emitovanom tekstu, gospođa Slađana Šoć (šefica kuhinje) se obraćala gledaocima kao potencijalnim kupcima artikala/namjernica iz ponude marketa kompanije „Voli“ d.o.o. kroz konstatacije („...sve potrebne namirnice možete pronaći u Volijevim marketima“, „'Slatko srce', kolači i torte su pripremljeni od namirnica vrhunskog kvaliteta“, „osnovna karakteristika im je da, u potpunosti, opravdaju pridjev domaći, jer je čitava paleta proizvoda ima ukus, izgled i miris kolača nastalih u kuhinji iskusnih domaćica“, „'Slatko srce' kolače i torte možete pronaći u svim 'Voli' marketima“).
 - predmetna rubrika o kulinarstvu, u citiranim segmentima, mogla je dovesti u zabludu gledaoce u pogledu njene stvarne prirode, jer su djelovi rubrike 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 predstavljana ponuda kompanije, jer su iznošene informacije o artikalima/namjericama (njihovom kvalitetu i dostupnosti) u okviru specijalizovane rubrike o kulinarstvu.
 - da je predmetna kulinarska rubrika imala dominantno promotivan karakter, posebno ukazuje i to što je, u toku njenog emitovanja više puta na dijelu ekrana prikazivana grafička insertacija – logo kompanije „Voli“ d.o.o., kao i jer su kao pokrivalice emitovanog teksta korišćeni snimci artikala iz ponude na punom ekranu, sa cjenovnim prikazom, uz naznaku: „Slatka ponuda – 'Slatko srce'“. Pored toga, u samoj scenografiji rubrike „Ukusi jutra“ naglašeno je bio prisutan logo kompanije „Voli“ d.o.o., i to na podu (neposredno ispred kuhinjskog stola za pripremu), predmetima na kuhinjskom stolu (časaama), kao i u vidu dekoracije na zidnim policama.
6. Direktnim podsticanjem na kupovinu artikala/prehrambenih proizvoda („'Slatko srce' kolače i torte možete pronaći u svim 'Voli' marketima“) u toku programskog sadržaja (kulinarske rubrike „Ukusi jutra“), koji je pravilno označen kao programski sadržaj koji je sadržao plasman proizvoda, emiter je prekršio čl. 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.
7. Uzimajući u obzir sadržinu analizirane rubrike, može se zaključiti da je ista sadržala 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).
8. U posmatranom periodu ukupno oglašavanje je iznosilo od 46 sekundi, od čega je dva puta emitovana (po 6 sekundi) grafička insertacija (logo) kompanije „Voli“ d.o.o. i 34 sekunde koje se odnose na emitovani tekst („Ukoliko se odlučite za neko od mojih jela, sve potrebne namirnice možete pronaći u Volijevim marketima. 'Slatko srce', kolači i torte su pripremljeni od namirnica vrhunskog kvaliteta. Osnovna karakteristika im je da, u potpunosti, opravdaju pridjev domaći, jer je čitava paleta proizvoda ima ukus, izgled i miris kolača nastalih u kuhinji iskusnih domaćica. 'Slatko srce' kolače i torte možete pronaći u svim 'Voli' marketima“). Zato navodi iz prigovora da je, između ostalog, „emiter tokom cijelog trajanja... segmenta plasirao vizuelni identitet kompanije 'Voli' d.o.o.“, te da je „računajući i ovaj element kao promotivni sadržaj, emiter jasno prekoračio graničnu kvotu oglašavanja u jednom satu“, ne predstavljaju osnov za izricanje upravno-nadzorne mjere upozorenja, jer je utvrđeno da je ukupno oglašavanje iznosilo značajno manje od 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa, što u predmetnom slučaju znači da emiter nije prekršio čl. 92 Zakona i čl. 40 Pravilnika.

S obzirom da je programski sadržaj bio označen i sadržao plasman proizvoda, ne mogu se smatrati oglašavanjem djelovi sadržaja u kojima se pojavljuju proizvodi ili logo naručioca te usluge (u ovom slučaju njihovo uključivanje u scenografiju studija).

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 i čl. 96 stav 5 alineja 2) 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