



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 –1165/3
Podgorica, 08.12.2021. godine

Na osnovu čl. 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

R J E Š E N J E

1. Privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog, emiteru televizijskog programa „TV Herceg Novi“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 23. oktobra 2021. godine, u okviru programskog sadržaja „Život u boji sa Milevom Pavlović“, emitovanog u terminu od 10:56:30 do 11:19:14 sati (22 minuta i 44 sekunde):
 - emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju (oglašavanje), odnosno propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini jasno prepoznatljivom;
 - propustio da jasno označi da se radi o sponzorisanom programskom sadržaju;
 - direktno podsticao na kupovinu robe sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (čl. 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama, "Sl. list CG", br. 36/11),
 - b) kršenja obaveze da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i audio, vizuelno i/ili prostorno odvoji od ostalih programskih sadržaja (čl. 89 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i čl. 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c) kršenja obaveze emitera da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično jasno označi da se radi o sponzorisanom programskom sadržaju (čl. 95 st. 1 tač. 4 Zakona o elektronskim medijima i čl. 58 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - d) kršenja uslova da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu robe sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu (čl. 95 st. 1 tač. 2 Zakona o elektronskim medijima i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog, da usaglasí emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV Herceg Novi“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „TV Herceg Novi“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije je izrekla javnom emiteru opšteg televizijskog programa 'TV Herceg Novi' upozorenje zbog toga što je dana 23. oktobra 2021. godine, u okviru emisije 'Život u boji sa Milevom Pavlović', emitovao prikriveno oglašavanje, odnosno propustio da telepromociju učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Takođe, emiter je

propustio da obavijesti gledaoce da se radilo o sponzorisanom programskom sadržaju, kojim je direktno podsticano na kupovinu proizvoda sponzora, što je zabranjeno Zakonom".

5. Protiv ovog Rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.
6. Ovo Rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.aemcg.org.
7. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „TV Herceg Novi“, privrednog društva „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog (u daljem tekstu: „emiter“), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je emiter dana 23. oktobra 2021.g., u okviru opšteg televizijskog programa „TV Herceg Novi“, u terminu od 10:56:30 do 11:19:14 sati (22 minuta 44 sekunde), emitovan programski sadržaj „Život u boji sa Milevom Pavlović“. Monitoringom je utvrđeno da je ovaj programski sadržaj sadržao i elemente komercijalne AV komunikacije (nalaz Sektora za monitoring broj 02-1165 od 08.11.2021. godine).

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 i i 95 st. tač. 2 i 4 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1 i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.2. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-8.

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. 02-1165/1 od 10.11.2021.g.).

Dana 26. novembra 2021.g. emiter je dostavio pisano izjašnjenje (akt br. 02-1165/2 od 26.11.2021.g.) u kom je naveo da se „...emisija 'Život u boji sa Milevom Pavlović' nema obavještenje za gledaoce o plasiranju proizvoda, iako im je od producenata zagarantovano da je emisija u skladu sa svim zakonima i da su ispoštovane sve obaveze prema gledaocima i agencijama koje se bave monitoringom“.

Na kraju izjašnjenja se navodi da će „...stavljati obavještenje u toku trajanja emisije 'Život u boji sa Milevom Pavlović' i neće biti mogućnosti da se isti propust ponovi“.

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 promoviše 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.
- sponzorisanе AVM usluge i programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika).
- član 95 stav 1 tačka 4 Zakona i član 58 stav 1 Pravilnika predviđaju da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/ usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.

Na osnovu uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja, kao i izjašnjenja emitera može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 23. oktobra 2021. godine, emitovao programski sadržaj „*Život u boji sa Milevom Pavlović*“, u terminu od 10:56:30 do 11:19:14 sati (22 minuta i 44 sekunde). U pitanju je TV magazin nezavisne video produkcije „Represent System“ u okviru kojeg se, kroz razgovore sa poznatim ličnostima iz svijeta muzike, mode i filma, iznose mišljenja o poslovnom i privatnom životu. Gošće u emisiji bile su Marija Hudolin, blogerka i Mirka Vasiljević, glumica. Autorka i voditeljka emisije je Mileva Paviović. Njegov opis je dat u nastavku.
2. Novinarski tekst (OFF): „*Tikkurila*“, evropski poznat brend u svetu boja, podržao je kreativnu avanturu, u koju je, sa mališanima vrtića 'BiBi' i poznatim muralistom Andrejom Josifovskim Pijanistom stvorio savršeno dvorište za srećno detinjstvo, smeh i igru. Uz bezbroj nijansi 'Tikkurila' boja, umeće i kreativnost Pijaniste, igru i maštu najmlađih, dvorište namenjeno za najmlađe preobraženo u najveselije i najmaštovitije okruženje u kojem će uživati. Ubuduće će mališane sa šarenog zida nadgledati porodica žirafa u veselim tonovima. A najbolji podsetnik na dvodnevnu avanturu će sigurno biti njihova mala umetnička dela koja su ostala zabeležena na zidovima. Uživajući u bezbednim 'Tikurila' bojama, bojeći naizmenično zidove svoje radne uniforme i ruke, deca iz vrtića 'BiBi' kreirala su svet i preobrazila svoje dvorište u jedan inspirativan, maštovit i srećan kutak za svoju igru i zabavu.“

Kao pokrivalice za gore navedeni tekst korišćeni su snimci zabilježeni u dvorištu vrtića „BiBi“ tokom kojeg su djeca osmišljavala, ukrašavala i bojila zidove raznim oblicima i motivima. Djeca su bila obučena u radne uniforme, bijele kombinezone, na kojima je bio istaknut logo kompanije „Tikkurila“. Segment se završava tako što je, na punom ekranu, emitovan logo kompanije 'Tikkurila'.

Tokom emitovanog programskog sadržaja na pomoćnoj podlozi koja sadrži šemu emitovanja emisije, a koju voditeljka drži u ruci, bio je istaknut logo kompanije „Tikkurila“.

Na kraju programskog sadržaja, kao prijatelji emisije navedene su kompanije „Parch studio“ i „Tikkurila color studio“.

Tokom opisanog djela emisije nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije (telepromocija, plaćeni termin i si.).

3. Scenografija je osmišljena tako da sadrži logo kompanije „Tikkurila“ prikazan na radnim uniformama (kombinezonima) koje su nosila djeca prikazana u prilogu, kao i na pomoćnoj podlozi koju je voditeljka držala u ruci.
4. Kroz emitovani programski segment plasirane su informacije od značaja samo za kompaniju „Tikkurila“, odnosno za proizvode („Tikkurila“ boje), koji se nalaze u ponudi ovog privrednog društva.

5. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, može se zaključiti da je predmetni programski segment sadržao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, posebno imajući u vidu da je u prilogu predstavljen konkretani subjekt uz isticanje proizvoda iz njegove ponude (kompanija „Tikkurila“ / boje koje proizvodi i prodaje).
6. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
 - da li je kroz opisivanje predstavljen određeni poslovni subjekt i njegovi proizvodi na način da se preporučuje subjekat i njegovi proizvodi uz isticanje prednosti proizvoda iz ponude, ili se gledaocu obraća kao potencijalnom potrošaču? U emitovanom programskom sadržaju, kompanija „Tikkurila“ predstavljena je na način da se promovisu njeni proizvodi gledaocima kao potencijalnim kupcima. Predmetni programski sadržaj je sadržao jasne promotivne poruke („Tikkurila“ evropski poznat brend u svetu boja, podržao je kreativnu avanturu...“, „Uživajući u bezbednim Tikkurila' bojama“). Predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja za samo ovog poslovnog subjekta, odnosno privredno društvo koje se bavi proizvodnjom i prodajom boja, kao i prednosti njihovih proizvoda na tržištu;
 - da li analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode? Uvidom u programski sadržaj može se utvrditi da je gledalac mogao biti doveden u zabludu, prevashodno zbog načina na koji je sadržaj prezentovao ponudu. Prilog je direktno promovisao kompaniju „Tikkurila“ („Tikkurila“ evropski poznat brend u svetu boja, podržao je kreativnu avanturu...“, „Uživajući u bezbednim Tikkurila' bojama“) i imao za cilj da predstavi i skrene pažnju na prednosti i kvalitet njihovih proizvoda, ali nije bio jasno odvojen i prepoznatljiv kao oglasni sadržaj;
 - da je prilog imao dominantno promotivni karakter, ukazuje i to što su kao pokrivalice korišćeni snimci zabilježeni u dvorištu vrtića „BiBi“, tokom kojeg su djeca bila obučena u radne uniforme, na kojima je bio istaknut logo kompanije „Tikkurila“, na pomoćnoj podlozi koju je voditeljka držala u ruci bio je takođe istaknut isti logo, dok je na kraju programskog segmenta, emitovan logo kompanije preko cijelog ekrana.
7. U toku emitovanog programskog sadržaja voditelj je preuzeo ulogu prezentera proizvoda iz ponude kompanije „Tikkurila“ („Tikkurila“ evropski poznat brend u svetu boja, podržao je kreativnu avanturu...“, „Uživajući u bezbednim Tikkurila' bojama“), a sve to bez ikakve oznake da se radilo o oglašavanju (telepromociji).
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 spornih priloga nije bilo vidljivo adekvatno grafičko obavještenje da su u pitanju komercijalne AV komunikacije (telepromocija), emiter je prekršio i navedenu odredbu Zakona, onosno Pravilnika, jer je propustio da prilikom emitovanja ovih programskih sadržaja naznači da se radilo o komercijalnim AV komunikacijama.
9. Iako su na kraju emitovanog programskog sadržaja „Život u boji sa Milevom Pavlović“, kao prijatelji emisije navedeni poslovni subjekti „Parch studio“ i „Tikkurila color studio“, može se zaključiti da je ipak prekršen član 95 stav 1 tač. 4 Zakona i član 58 stav 1 Pravilnika, s obzirom da je navedenim odredbama predviđeno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.
10. U toku emitovanog programskog sadržaja voditelj je preuzeo ulogu prezentera proizvoda iz ponude kompanije „Tikkurila“, predstavljajući konkretan poslovni subjekt uz isticanje proizvoda iz njegove ponude. Voditelj je promovisao ponudu privrednog društva koje se bavi proizvodnjom boja direktno podstičući na kupovinu, posebno promotivnim upućivanjem na kvalitet („evropski poznat brend u svetu boja“) i bezbjednost („Uživajući u bezbednim Tikkurila' bojama“) proizvoda. Nesporno je da je emiter na taj način prekršio i član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika, koji propisuju da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-8 emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emitovanjem predmetnog programskog sadržaja prekršio 85 st. 1, čl. 89 st. 1, čl. 95 st. 1 tač. 2 i tač. 4 Zakona, čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1 i čl. 61 Pravilnika i tač. 2.2. Odobrenja za emitovanje br. O-TV-J-8.

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

Privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog 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:

- „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Arhiva