



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 1200/2
Podgorica, 15.12.2021. 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

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „Javni radio difuzni servis Radio Televizija Herceg Novi“ d.o.o. iz Herceg Novog, javnom emiteru televizijskog programa „TV Herceg Novi“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 24. oktobra 2021. godine., u terminu od 09:48:58 do 10:38:34 sati (49 minuta 36 sekundi), u okviru programskog sadržaja „*Azbuka zdravlja – sa Marijom Đokić od A do Š*“:
 - 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;
 - prekoračio maksimalno dozvoljeno trajanje oglašavanja po satu emitovanog programa.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prevarne 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),
 - e) kršenja obaveze da u jednom satu emitovanja programa javnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa (član 92 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 40 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. Protiv ovog Rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.
5. Ovo Rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.aemcg.org.
6. 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 dana 24. oktobra 2021. godine., emitovan programski sadržaj „*Azbuka zdravlja – sa Marijom Đokić od A do Š*“ (nalaz Sektora za monitoring br. 02-1200 od 15.11.2021.g.).

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 i čl. 95 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), čl. 13 st. 1 i st. 2, čl. 37 st. 1 i čl. 40 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.3. 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 spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-1200/1 od 22.11.2021.g.).

Dana 26. novembra 2021.g. emiter je dostavio pisano izjašnjenje (akt br. 02-1200/2 od 26.11.2021.g.) u kom je naveo da se „...emisija 'Azbuka Zdravlja' nema obavještenje za gledaoce o sponzorstvu ili telepromociji, 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 'Azbuka Zdravlja' 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.
- Član 92 stav Zakona i član 40 Pravilnika 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 snimak emitovanog oglasnog sadržaja, može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 24. oktobra 2021. godine, emitovao programski sadržaj „*Azbuka zdravlja – sa Marijom Đokić od A do Š*“, u terminu od 09:48:58 do 10:38:34 sati (49 minuta 36 sekundi). U pitanju je sadržaj u okviru kojeg se obrađuju teme vezane za zdravlje i zdrave stilove života. Gost u emisiji bila je dr Ljiljana Bajić Bibić, homeopata. Voditeljka emisije bila je Marija Đokić.

U okviru emitovanog programskog sadržaja, u terminu od 10:03:46 do 10:09:39 sati (5 minuta 53 sekunde) emitovan je prilog čiji opis je dat u tački 2.

2. Na početku emitovanog programskog sadržaja, presenter nas upoznaje sa posljedicama deficita gvožđa u organizmu, ističe njegovu ulogu i značaj. Pojašnjava pojam anemije, navodi uzroke nastanka iste i ističe povezanost sa ostalim bolestima.

Od 10:06:37 minuta emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Novinarski tekst (OFF): „*Preparat 'Ferrobela' kapsule na bazi praha korena cvekle organskog porekla sa dodatkom vitamina B6, vitamina C i bakra jeste hrana za posebne medicinske namene, za potrebe ishrane kod osoba sa anemijom, uzrokovanom nedostatkom gvožđa, kao i kod osoba koje imaju povećane potrebe za unosom gvožđa, kod trudnica, dojilja i žena u reproduktivnom periodu, kod obilnih menstrualnih krvarenja, kod starije populacije, dece i mladih u periodu razvoja sa smanjenim unosom hranjivih materija, kod iscrpljenosti i umora.*“

U nastavku je prezentovan sastav, kao i prednosti upotrebe preparata 'Ferrobela'.

Tokom navedenog sadržaja, u donjem lijevom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacije u vidu proizvoda (ambalaže) „Ferrobela“ kapsula.

U 10:08:24 minuta emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Novinarski tekst (OFF): „*Ferrobela kapsule Jadrankina Formula doprinose: normalnoj proizvodnji crvenih krvnih zrnaca i hemoglobina; normalnom transportu kiseonika u organizmu; normalnoj funkciji imunološkog i kognitivnog sistema; normalnom metabolizmu proizvodnje energije; smanjenju umora i iscrpljenosti.*“

Tokom navedenog sadržaja, u donjem lijevom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacije u vidu proizvoda (ambalaže) „Ferrobela“ preparata, dok je u desnom donjem uglu emitovana oznaka: „*product GMO free*“. Ispod grafičkih insertacija emitovano je upućivanje na društvene mreže: facebook, instagram, kao i uput na veb sajt: jadrankinaotopina.com. Na većem dijelu ekrana bio je tekstualno ispisan gore navedeni tekst.

Na kraju priloga, navodi se preporuka za upotrebu proizvoda (dodatak ishrani), kao i način korišćenja uz konstataciju prezentera: „Pretvorite teško u lako i budite u odličnoj formi uz preparat 'Ferrobel kapsule – Jadrankina formula'”.

Nakon emitovanog priloga nastavljen je razgovor sa dr Ljiljanom Bajić Bibić.

U okviru emitovanog programskog sadržaja u terminu od 10:20:51 do 10:27:58 sati (7 minuta 7 sekundi) emitovan je prilog čiji opis je dat u tački 3.

Na početku emitovanog programskog sadržaja, prezenter nas upoznaje sa dobrobitima koje nam nudi mineral jod. Ističe njegovu količinu, pojašnjava funkciju, ulogu i značaj u organizmu čovjeka.

Od 10:27:13 minuta emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Novinarski tekst (OFF): „Proizvod 'Jadrankina otopina' biljni koncentrat bogat jodom, sadrži biljni jod poreklom iz kelp algi. Biljni koncentrat bogat jodom 'Jadrankina otopina' nadomešćuje jod u organizmu, doprinosi normalnoj proizvodnji hormona i funkciji štitne žlezde, normalnom funkcionisanju nervnog sistema i kognitivnih sposobnosti, normalnom održavanju energetskeg metabolizma, normalnoj funkciji ćelija kože, jačanju imunološkog sistema. Blagotvorno delovanje joda poznato je još od davnina, a Vašu dnevnu dozu dobrog zdravlja podržava biljni koncentrat bogat jodom 'Jadrankina otopina'.”

Tokom navedenog sadržaja, u donjem lijevom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacije u vidu proizvoda (ambalaže) „Jadrankina otopina”, dok je u desnom donjem uglu emitovana oznaka: „product GMO free”, kao i „Alcohol free”. Ispod grafičkih insertacija emitovano je upućivanje na društvene mreže: facebook, instagram, kao i uput na veb sajt: jadrankinaotopina.com. Na većem dijelu ekrana bio je tekstualno ispisan gore navedeni tekst.

Tokom emitovanja programskih sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije, kao niti obavještenje o postojanju plasmana proizvoda – PP.

U terminu od 10:36:23 do 10:37:36 sati (1 minut 13 sekundi) emitovane su oglasne poruke za „Abexol” i „Lipoaktiv” koje su od ostalog programskog sadržaja bile odvojene audio i grafički, ali bez obavještenja da je u pitanju oglasni ili reklamni blok.

Na početku programskog sadržaja emitovano je audio i video obavještenje o postojanju sponzora programa: „Generalni sponzor emisije – preparat 'Jadrankina otopina - biljni koncentrat bogat jodom'”. U terminu od 10:35:07 do 10:35:27 sati (20 sekundi), u donjem lijevom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija: Prijatelj emisije: „diTrevi”, frizerski salon „Bocko”. Tokom objavne špice emitovano je grafičko obavještenje o sponzorima emisije: generalni sponzor – Biljni koncentrat bogat jodom – „Jadrankina otopina”, tehnička podrška: frizerski salon „Bocko” i „Dani” fashion Design.

3. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, može se zaključiti da je predmetni programski segment sadržao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, posebno kada je cilj takvog predstavljanja oglašavanje i moglo bi dovesti javnost u zabludu u vezi sa njegovom prirodom (Preparat „Ferrobel”/ „kapsule... za potrebe ishrane kod osoba sa anemijom, uzrokom nedostatkom gvožđa kao i kod osoba koje imaju povećane potrebe za unosom gvožđa, kod trudnica, dojilja i žena u reproduktivnom periodu, kod obilnih menstrualnih krvarenja, kod starije populacije, dece i mladih u periodu razvoja sa smanjenim unosom hranjivih materija, kod iscrpljenosti i umora, ...doprinosi: normalnoj proizvodnji crvenih krvnih zrnaca i hemoglobina; normalnom transportu kiseonika u organizmu; normalnoj funkciji imunološkog i kognitivnog sistema; normalnom metabolizmu proizvodnje energije; smanjenju umora i iscrpljenosti; Preparat „Jadrankina otopina”/ biljni koncentrat bogat jodom, sadrži biljni jod poreklom iz kelp algi... nadomešćuje jod u organizmu, doprinosi normalnoj proizvodnji hormona i funkciji štitne žlezde, normalnom funkcionisanju nervnog sistema i kognitivnih sposobnosti, normalnom održavanju energetskeg metabolizma, normalnoj funkciji ćelija kože, jačanju imunološkog sistema.)”
4. 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, proizvodi „*Ferrobela kapsule – Jadrankina formula*“ i „*Jadrankina otopina*“ predstavljeni su na način da se promovisu proizvodi gledaocima kao potencijalnim kupcima. Predmetni programski sadržaj je sadržao jasne promotivne poruke („*Pretvorite teško u lako i budite u odličnoj formi uz preparat 'Ferrobela kapsule – Jadrankina formula'*“, „*Vašu dnevnu dozu dobrog zdravlja podržava biljni koncentrat bogat jodom 'Jadrankina otopina'*“). Predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja za samo navedene proizvode kao i prednosti istih 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 proizvode „*Ferrobela kapsule – Jadrankina formula*“ i „*Jadrankina otopina*“ (oznaka: „*product GMO free*“, kao i „*Alcohol free*“) 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 je ispod grafičke insertacije, proizvoda (ambalaže) „*Ferrobela*“ emitovano je upućivanje na društvene mreže: facebook, instagram, kao i uput na veb sajt: jadrankinaotopina.com.

5. 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 predmetnog 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.
6. Iako su na kraju emitovanog programskog sadržaja „*Azbuka zdravlja – sa Marijom Đokić od A do Š*“, kao prijatelji emisije naveden proizvod „*Jadrankina otopina - biljni koncentrat bogat jodom*“, 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.
7. U toku emitovanog programskog sadržaja voditelj je preuzeo ulogu prezentera proizvoda „*Jadrankina otopina - biljni koncentrat bogat jodom*“. Voditelj je promovisao kvalitet („*biljni koncentrat bogat jodom, sadrži biljni jod poreklom iz kelp algi*“) i prednost (*nadomešćuje jod u organizmu, doprinosi normalnoj proizvodnji hormona i funkciji štitne žlezde, normalnom funkcionisanju nervnog sistema i kognitivnih sposobnosti, normalnom održavanju energetskeg metabolizma, normalnoj funkciji ćelija kože, jačanju imunološkog sistema*) 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.
8. Imajući u vidu, da je dana 24. oktobra 2021.g., u periodu od 10:00 do 11:00 časova, emitovao oglašavanje u ukupnom trajanju od 14 minuta 33 sekunde, može se zaključiti da je emiter na taj način prekršio čl. 92 stav 1 Zakona i čl. 40 Pravilnika, koji predviđaju da u programima javnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa.

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. 92, 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