



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 67/1
Podgorica, 28.01.2022. godine

Na osnovu člana 40 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 prigovoru br. 02-1480 od 30.12.2021. godine, direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „Televizija Vijesti“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 25. decembra 2021. godine, prilikom emitovanja priloga u okviru programskog sadržaja „Moja polisa“, u terminu od 13:38:38 do 13:48:48 sati:
 - a. emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije,
 - b. propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja,
 - c. prekoračio maksimalnu dozvoljenu kvotu oglašavanja po satu emitovanog programa,
 - d. direktno podsticao na kupovinu ili iznajmljivanje roba i usluga sponzora posebnim promotivnim upućivanjem na robe i usluge sponzora.
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. emitovanja komercijalne audiovizuelne komunikacije, odnosno telepromocije, kao vida oglašavanja, koja nije prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja (član 89 Zakona o elektronskim medijima i član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - c. kršenja obaveze da u jednom satu emitovanja programa komercijalnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 15% (devet minuta) oglasa, propisane članom 93 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 41 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama,
 - d. kršenja obaveze da sponzorisan programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 st. 1 al. 2 Zakona o elektronskim medijima i čl. 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasa emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV Vijesti“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privrednom društvu „Televizija Vijesti“ d.o.o. iz Podgorice nalaže se da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „TV Vijesti“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije je izrekla emiteru televizijskog programa 'TV Vijesti' upozorenje zbog toga što je dana 25. decembra 2021. godine, u okviru programskog sadržaja „Moja polisa“, u terminu od 13:38:38 do 13:48:48 sati, emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja, prekoračio maksimalnu dozvoljenu kvotu oglašavanja po satu emitovanog programa i direktno podsticao na kupovinu ili iznajmljivanje roba i usluga sponzora posebnim promotivnim upućivanjem na robe i usluge 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.ardcg.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Dana 30. decembra 2021. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) dostavljen je anonimni prigovor na rad privrednog društva „Televizija Vijesti“ d.o.o. Podgorica (u daljem tekstu: emiter), emitera televizijskog programa „Televizija Vijesti“ (zaveden kod Agencije pod br. 02-1480 od 30.12.2021. godine).

Predmetni prigovor se odnosi na emisiju „*Moja polisa*“, emitovanu dana 25. decembra 2021. godine. Po mišljenju podnosioca prigovora, „*komercijalni emiter je tokom emisije 'Polisa' emitovane na kanalu televizije Vijesti prekršio Pravilnik o komercijalnim AV komunikacijama na način što je emitovao 10- minutni intervju sa direktoricom Grawe osiguranja koja je tokom cijelog intervjua prezentovala rezultate i usluge koje pruža kompanija Grawe u Crnoj Gori. Emiter je na taj način prekoračio graničnu kvotu oglašavanja i pri tome izbjegao obilježje znaka telepromocije što zahtijeva takav sadržaj*“.

Polazeći od navedenog, 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 emitovanih programskih sadržaja emitera sačinio nalaz dana 31.12.2021. godine (akt broj 02-1480/1 od 31.12.2021. godine).

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja činjenice da li je emitovanjem spornog sadržaja došlo do kršenja Zakona i Pravilnika, 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 (akti broj 02-1480/2 od 31.12.2021. godine).

Dana 18.01.2021. godine emiter je dostavio pisano izjašnjenje, u kom navodi „*Saglasni smo sa Vašim nalazom da je 25.12.2021. na TV Vijesti napravljen prekršaj, da je prekoračena granična kvota emitovanjem komercijalnog sadržaja u trajanju dužem od 15% programa po satu*“.

Emiter ukazuje da „*bez obzira na detaljno upoznavanje sa zakonskim procedurama prije pripreme sadržaja koji sadrže komercijalne segmente, autori emisija nezavisnih produkcija ovom dijelu ne posvećuju maksimalnu pažnju pa se isti prije emitovanja provjerava od strane tima TV Vijesti, koji vrši i usklađivanje komercijalnih dijelova emisije i prodatih reklamnih blokova*“.

S tim u vezi, emiter ističe da „*kako je decembar mjesec povećanog obima posla, prije svega u komercijalnom dijelu, gore pomenuta provjera je nenamjerno izostala i emitovani su sadržaji koji su imali prekoračenje dozvoljenog trajanja komercijalnog dijela*“.

Takođe, emiter pojašnjava da „*u emisiji 'Polisa', koja se emituje na TV Vijesti nije došlo do obilježavanja intervjua oznakom 'telepromocija' iz razloga što je autor podrazumijevao da se iskazani sponzor na najavnoj i odjavnoj špici same emisije ukazuje na promotivan sadržaj samog intervjua koji primarno ima za cilj rezimiranje stanja na tržištu osiguranja u Crnoj Gori*“, pa naglašava da je „*za sličan intervju kontaktirao i druge osiguravajuće kuće ali da, zbog brojnih obaveza, u datom trenutku isti nisu bili u prilici da izađu u susret*“.

Na kraju, emiter ističe da je „u cijju sprječavanja sličnih propusta preduzela i dodatne radnje, usklađujući dinamiku dostave sadržaja nezavisnih produkcija u periodu koji nam obezbjeđuje dodatno vrijeme za kontrolu poštovanja zakonskih procedura za sponzorisanje / komercijalne uslove i za eventualne korekcije istih sadržaja“.

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 1 tač. 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 (čl. 8 st. 1 tač. 17 Zakona i čl. 4 st. 1 tač. n) Pravilnika).
- 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.
- 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.
- Članom 93 Zakona i članom 41 Pravilnika propisano je da u programima komercijalnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa, odnosno u jednom satu emitovanja programa komercijalnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 20% (12 minuta) oglasa i telešopinga.
- Član 95 st. 1 tač. 2 Zakona i čl. 61 Pravilnika propisuju da sponzorisanje AVM usluge i programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.

Na osnovu uvida u snimke emitovanih sadržaja, može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 25. decembra 2021. godine, emitovao sadržaj po nazivom „Moja polisa“, u terminu od 13:38:12 do 13:57:45 sati (19 minuta 33 sekunde), u okviru kojeg prilog u terminu od 13:38:38 do 13:48:48 sati (10 minuta 10 sekundi) koji je predmet prigovora, a čiji opis je dat u tački 2.
2. Najava: „Poštovani gledaoci, dobar dan. Evo nas na samom kraju i ove teške godine. Globalna pandemija korona virusa iz korijena je uzdrma'la sve principe na kojima moderni svijet počiva. I industrija osiguranja suočena je sa izazovima koji ni najpromišljeniji prognozeri nisu mogli da predvide. Ipak, upravo je osiguranje djelatnost koja svoju suštinu

crpi iz spremnosti za preuzimanje rizika. I dok su raznovrsni rizici pokrenuti pandemijom obilježili skoro čitavu proteklu godinu, industrija je pokazala da je spremna i sposobna da neizvjesnu situaciju postavi kao izazov, iz nje izvuče pouku i negativan razvoj događaja okrene u smjeru prevazilaženja rizika, uz očuvanje stabilnosti poslovanja, očuvanja zdravlja zaposlenih i klijenata i prilagođavanje novim uslovima komunikacije i funkcionisanja na tržištu osiguranja. Sektor osiguranja u Crnoj Gori je pokazao kako se prevazilazi kriza. Uspostavljeni su sistemi funkcionisanja bez direktnih fizičkih kontakata, prvenstveno radom od kuće i uvođenjem digitalnih kanala prodaje i servisiranja klijenata. A cjelokupna industrija osiguranja je, kroz donacije i društveno odgovorno djelovanje, pomogla državu i građane u cilju što skorijeg i kvalitetnijeg prevazilaženja krize. U današnjoj, novogodišnjoj emisiji 'Moja polisa', kroz razgovor sa relevantnim predstavnicima osiguravajućih kuća, prenosimo Vam iskustva tržišta osiguranja u poslovanju pod pandemijskim uslovima. Razgovarali smo o izazovima i rezultatima poslovanja u 2021. godini i planovima i očekivanjima za narednu, 2022., uz najljepše praznične želje i čestitke. Tradicionalno, u novogodišnjem intervju razgovarali smo sa gospođom Majom Pavličić, izvršnom direktoricom 'Grawe osiguranja'. Ostanite uz novogodišnje izdanje emisije 'Moja polisa'."

U nastavku je emitovan intervju sa gospođom Majom Pavličić, izvršnom direktoricom „Grawe osiguranja“. Na početku razgovora bilo je riječi o kretanjima tržišta osiguranja u protekloj godini u uslovima pandemije. Gospođa Pavličić ističe ograničenja i specifičnosti sa kojima su se susretali u radu, kao i uspostavljanje online komunikacije sa klijentima.

U 13:42:24 minutu emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Voditelj: „Dakle, protekla godina ipak nije bila bez rezultata i bez uspjeha u poslovanju 'Grawe osiguranja'. Kako je ta teška, 2021. godina protekla za Grawe i kakvim se, na kraju krajeva, uspjesima i rezultatima možete pohvaliti?“

Maja Pavličić: „Pa, u svakom slučaju, možemo se pohvaliti povećanjem produkcije, znači, ono što je u dvadeset godini bilo još uvijek i kod klijenata i kod nas postojala je, da kažem, i malo i straha i panika i sve ostalo. To je, to je u dvadeset prvoj godini, stvarno, da kažem, došlo na neko normalno poslovanje, na neko normalno, normalno ponašanje i nas i, s druge strane, naših klijenata. Tako da imamo taj rast od 27%, recimo, imamo rast, ovaj, produkcije, odnosno broja novozaključenih ugovora. I ono što je jako značajno, taj rast se ogleda u zaključenju mješovitih osiguranja. Ima, naravno, i riziko osiguranja vezanih za kreditne institucije, ali ono što je nama, da kažem, i pretežna djelatnost, ono što mi, ipak, najviše volimo, to su ta, ovaj, mješovita štedna osiguranja. S druge strane, kao odgovorna firma, mi svake godine pravimo planove. Prošle godine smo bili dosta oprezni, uvijek, naravno i planove kad pravimo za narednu godinu, uvijek gledamo poslovanje, da to, ipak, budu neke realne osnove, da sad ne očekujete nešto previše. Međutim, ovaj, mi smo, već sad mogu da kažem, dostigli, što se tiče broja novih ugovora, što se tiče fakturisane premije, već smo dostigli te rezultate i evo, nadam se da ćemo umjesto tih planiranih 6,7 miliona fakturisane premije, da ćemo ostvariti 6,9, eto, ako se baš desi i više od toga, bićemo više nego zadovoljni. Ono što je, recimo, pokazatelj poslovanja i pokazatelj krize, jeste, recimo, ovaj, povećan broj otkupa, ali, opet, kad gledamo statistiku, našu statistiku u Grawe-u, taj broj otkupa je čak manji, u odnosu na isti period prošle godine, ali je veći broj doživljenja. Mi smo za doživljenja, samo za, pričamo o periodu za jedanaest mjeseci, jer ne možete, normalno, decembar dat, dok se ne završi cijela godina. Mi smo isplatili skoro 900 hiljada, ovaj, 900 hiljada eura, po osnovu doživljenja. I to je za nekih sto i nešto hiljada više nego u istom periodu prošle godine. Izuzetno nam je drago da, da prosto već u osamnaestoj godini poslovanja naši klijenti na jedan stvarno način, ono što, što jeste želja svakog od nas, kad zaključuju ugovor o mješovitom osiguranju da dočeka doživljenje svog ugovora, da dočeka isplatu, osiguranu sumu koja je garantovana i naravno, očekivanu dobit.“

U nastavku je bilo riječi o planovima za predstojeću godinu (ponuda, društveno-odgovorno djelovanje, inovacije na tržištu, zadošljavanje i si.).

Gospođa Pavličić ističe činjenicu da se veći dio njihovih planova i ostvaruje. Fokus u 2022. godini biće oporavak od posljedica prouzrokovanih pandemijom i to, kako ističe, ne neki veliki oporavak.

U 13:46:06 minutu emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Maja Pavličić: „Mi, recimo, smo u našim planovima stavili rast nove produkcije za nekih deset posto. To je nešto što, sad, u ovom momentu, možemo da, da kažemo da možemo da očekujemo, obzirom da Crna Gora nije veliko tržište, ali je tržište sa velikim potencijalom.“

U nastavku je iznijela podatke o učešću ukupnog osiguranja (sve vrste osiguranja) u BDP-u Crne Gore (2,5%) i u zemljama Evropske unije (7,5%) i ističe kako je Crna Gora, još uvijek, daleko od tog procenta.

U 13:47:06 minutu emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Maja Pavličić: „S druge strane, u 2021 godini 'Grawe grupa', ne mogu da kažem mi, jer mi smo, da kažem, partneri na ovom tržištu, crnogorskom. Kupovinom 'Swis osiguranja', završenom tom akvizicijom, dobili smo i partnera u neživotnom osiguranju, tako da naši klijenti, stvarno mogu kompletnu uslugu, svih vrsta osiguranja koje se nude na crnogorskom tržištu, kod naša dva društva da, da, ovaj, da ostvare. Naravno da imamo i planove. Imamo čak u najavi i jednu novu tarifu, ali o tome ćemo ipak kad dođe vrijeme, da ne otkrivamo previše.“

Na kraju razgovora, gospođa Pavličić je uputila poruku cjelokupnom tržištu osiguranja, klijentima, zaposlenima i građanima Crne Gore.

3. Tokom emitovanog programskog sadržaja nije emitovano obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije (telepromocija, plaćeni termin i sl.).
4. Na početku emitovanog programskog sadržaja, tokom najavne špice, u donjem desnom uglu ekrana, emitovana je grafička insertacija: „Generalni sponzor: Grawe osiguranje a.d.“. Na kraju programskog sadržaja, u vidu podjeljenog ekrana emitovano je obavještenje o postojanju sponzora programa - „Generalni sponzor: Grawe osiguranje a.d.“, dok su sa desne strane emitovane tehničke karakteristike programa (autor i urednik, novinarka, snimatelj, montaža, produkcija i godina proizvodnje).
5. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu, finansijska nadoknada) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:

- kroz razgovor je predstavljena osiguravajuća kuća „Grawe osiguranje“ i rezultati koje ostvaruje, na način da se preporučuje subjekte i njegove usluge uz isticanje prednosti ponude, a gledaocu se obraća kao potencijalnom potrošaču. Kroz razgovor učesnika emisije, naglašene su prednosti kompanije (*„naši klijenti, stvarno mogu kompletnu uslugu, svih vrsta osiguranja koje se nude na crnogorskom tržištu, kod naša dva društva da, da, ovaj, da ostvare“*).

- analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode, odnosno pogodan je da ga uvjeri da je riječ o sadržaju koji nije komercijalne prirode. Takvo dovođenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji se u emisiji prezentuju usluge osiguravajuće kuće, kroz razgovor o djelatnosti osiguranja u vrijeme pandemije;

- navedeni djelovi emisije imaju naglašeno promotivni karakter i u velikoj mjeri su posvećeni ponudi i promociji usluga ovog poslovnog subjekta. Kod sponzorstva, promocija sponzora (imena, robe, aktivnosti) je posredna i ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjereno. Ukoliko se tokom sponzorisane emisije emituju oglasne poruke ili kojima se preporučuju roba ili usluga sponzora, odnosno vrši promocija aktivnosti sponzora, na takve poruke se primenjuju sva pravila koja inače važe za oglašavanje. Navedeno znači da ukoliko voditelj preuzima ulogu promotera određenih proizvoda/usluga sponzora ili se tokom trajanja emisije ističu unutar programa

(uključivanjem ili pominjanjem) proizvodi, usluge ili trgovinski znak sponzora, ovakvo preporučivanje se smatra telepromocijom. Dakle, citirani segmenti emisije smatraju se oglašavanjem i trebalo je da budu označeni kao telepromocija, a otežavajuću okolnost predstavlja činjenica da je predstavljanje izvršeno u zamjenu za naknadu u vidu sponzorstva.

6. Saglasno članu 85 stav 1 Zakona i članu 13 stav 1 Pravilnika, zabranjene su prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranog sadržaja, može se zaključiti da je riječ o prikrivenoj komercijalnoj audiovizuelnoj komunikaciji, odnosno telepromociji koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja.
7. Pored toga, utvrđeno je da je ukupno oglašavanje dana 25. decembra 2021. godine, u posmatranim djelovima programa, trajalo duže od propisanih devet minuta po satu emitovanog programa. Prema tome, emiter je u navedenim terminima prekoračio maksimalno dozvoljenu kvotu trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa propisanu članom 93 Zakona i članom 41 Pravilnika.
8. Kod sponzorstva, promocija sponzora (imena, robe, aktivnosti) je posredna i ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjereno. Emitovanjem priloga kojima se preporučuju roba ili usluga sponzora, odnosno vrši promocija aktivnosti sponzora, emiter je prekršio zabranu da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.
9. Uvažavajući izjašnjenje emitera i napore koje preduzima da ne dođe do ovakvih propusta, navedeno ipak ne oslobađa emitera od obaveze da se prilikom emitovanja svog programa pridržava Zakona, Pravilnika i obaveza iz Odobrenja za emitovanje.

Može se zaključiti da je emitovanjem predmetnih sadržaja emiter prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i obaveze da telepromocija (kao vid komercijalne audiovizuelne komunikacije) mora biti lako prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja, kao i da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge, pri čemu je prekoračio maksimalno dozvoljenu kvotu trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskih sadržaja prekršio član 85 stav 1, 89, 93 stav 1 i 95 st. 1 al. 2 Zakona i član 13 stav 1, 37 st. 1, 41 stav 1 i 61 Pravilnika.

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

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

