



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 97
Podgorica, 24.01.2022. 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 „AST“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru opšteg televizijskog programa „Prva TV“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 12. oktobra 2021. godine:
 - a) u toku programskog sadržaja „*Exkluziv*“ u terminu od 17:58:36 do 18:25:08 sati emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju, propustio da oglašavanje (telepromociju) učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja,
 - b) u terminu od 18:00 do 19:00 časova, prekoračio maksimalno dozvoljeno trajanje oglašavanja po satu emitovanog programa komercijalnog emitera.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikriverene 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 komercijalnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa (član 93 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 41 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „AST“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru opšteg televizijskog programa „Prva TV“ 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.

Obrazloženje

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „Prva TV“, privrednog društva „AST“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: „emiter“), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) je konstatovala da je dana 12. oktobra 2021. godine, u okviru televizijskog programa „Prva TV“ u sklopu emisije „*Exkluziv*“, u terminu od 17:58:36 do 18:25:08 sati, prikazano izvlačenje dobitnika nagradne igre „Hipotekarne banke“ pod sloganom „*Plaćaj i vozi Premium*“. Monitoringom je utvrđeno da je u okviru predmetnog

programskog sadržaja, u terminu od 17:59:20 do 18:14:09 sati (14 minuta 49 sekundi), emitovan prilog 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. 93, čl. 95 st. 1 tač. 2 i tač. 4 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. 41, 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-K-15.

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. 02-1167/1 od 10.11.2021. godine). U ostavljenom roku emiter nije dostavio traženo izjašnjenje.

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).
- 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 tač. 17 Zakona).
- 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 93 Zakona i član 41 Pravilnika predviđaju da u programima komercijalnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa, odnosno da u jednom satu emitovanja programa komercijalnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 20% (12 minuta) oglasa i telešopinga.
- član 95 stav 1 tačka 2 Zakona i član 61 Pravilnika propisuju da 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.

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

1. Emiter je dana 12. oktobra 2021. godine, u terminu od 17:58:36 do 18:25:08 sati, emitovao emisiju „Exkluziv”, u okviru koje je prikazano izvlačenje dobitnika nagradne igre „Hipotekarne banke” pod sloganom „Plaćaj i vozi Premium”, čiji je opis dat u tački 2.

2. Programski sadržaj posvećen izvlačenju dobitnika navedene nagradne igre emitovan je u terminu od 17:59:20 do 18:14:09 sati (14 minuta 49 sekundi). Na samom početku, voditeljka emisije najavljuje uključenje iz drugog studija u kojem će se odvijati izvlačenje dobitnika.

U drugom studiju nalaze se voditeljka i članovi Komisije koje ona predstavlja gledaocima. U pozadini, kao dio scenografije, emituje se video zid sljedeće sadržine: u gornjem lijevom uglu istaknuti su logotipi „Hipotekarna banka – Vama posevećena” i „Master card”, ispod čega se nalazi slogan nagradne igre „PLAĆAJ I VOZI PREMIUM” uz sažete instrukcije za učešće u nagradnoj igri, u centralnom dijelu je fotografija automobila koji je glavna nagrada, potom krupno ispisan broj 10 koji, kako je navedeno, simbolizuje jubilej kartice „Premium”, dok su u donjem dijelu navedeni logotipi prijatelja nagradne igre. Na drugom video zidu u pozadini emituje se reklamni spot za nagradnu igru. Navedeni elementi scenografije nijesu zastupljeni na ekranu tokom cijelog trajanja izvlačenja, već zavise od promjene kadra realizatora emisije.

U uvodnom dijelu bilo je riječi o pravilima učešća u nagradnoj igri, o sistemu izvlačenja dobitnika, kao i o predviđenim nagradama. U nastavku je dat transkript dijela izlaganja predstavnice „Hipotekarne banke”.

Jelena Stojanović, rukovodilac Premium programa Hipotekarne banke: *„Dobar dan Vama, svim Vašim gledaocima, a naročito klijentima 'Hipotekarne banke', koji su ostvarili uslov za učestvovanje u nagradnoj igri. Prije svega, govorimo o sjajnoj glavnoj nagradi, koju smo obezbijedili u saradnji sa kompanijom 'Master Card', automobilu 'Renault Captur'. Nagradni fond čine i ostale nagrade, kao što su pet vaučera u vrijednosti od po 400 eura za trgovinu telefona u 'Crnogorskom Telekomu', 14 vaučera u vrijednosti od po 200 eura za trgovinu u prodavnicama 'Okov', 14 vaučera u vrijednosti od po 200 eura za trgovinu u prodavnicama 'Tehno Max', 14 vaučera u vrijednosti od po 200 eura za trgovinu u prodavnicama firme 'Samms', i to 'Petit Bateau' pet vaučera, 'Pennyblack' četiri vaučera i '(Ermenegildo) Zegna' pet vaučera. Tu su i 14 vaučera u vrijednosti od po 200 eura za trgovinu u prodavnicama 'Sportvision', sedam vaučera u vrijednosti od po 400 eura za trgovinu u salonu namještaja 'Namos Dajković', 14 vaučera u vrijednosti od po 200 eura za trgovinu u prodavnicama 'Tenero fashion', 14 vaučera u vrijednosti od po 200 eura za trgovinu u prodavnicama 'Kids land', zatim 28 vaučera u vrijednosti od po 100 eura za trgovinu u parfimerijama 'Bar-kod shop', 28 vaučera u vrijednosti od po 100 eura za trgovinu u prodavnicama 'Voli'.”*

U nastavku je emitovano izvlačenje dobitnika nagrada, tokom kojeg je prikazan kadar sljedeće sadržine: na lijevoj strani istaknuti su logotipi „Hipotekarna banka – Vama posevećena” i „Master card”, ispod čega se nalazi slogan nagradne igre „PLAĆAJ I VOZI PREMIUM – OD 10.09. DO 10.10.”. Na desnoj strani smjenjuju se imena i prezimena dobitnika, kao i brojevi njihovih kreditnih kartica (uz bezbjednosnu zaštitu prikrivanjem dijela brojeva kartica), a u podnožju ekrana smjenjuju se logotipi navedenih prijatelja nagradne igre, uz iznos nagrada.

Nakon izvlačenja emitovan je programski sadržaj čiji je transkript dat u nastavku.

Jelena Stojanović, rukovodilac Premium programa Hipotekarne banke: *„Koristim priliku da pozovem korisnike 'Premium' kartice 'Hipotekarne banke' da nastave da koriste benefite najpopularnije kartice u Crnoj Gori i uživaju u pogodnostima koje one donose, kao što su plaćanje do 24 mjesečne rate, kao i popusti na preko 2000 prodajnih lokacija u Crnoj Gori.”*

Tokom navedenog dijela programskog sadržaja, koji se odnosi na nagradnu igru, na ekranu nije bilo vidljivo grafičko obavještenje da je u pitanju komercijalna AV komunikacija (plaćeni termin, telepromocija i sl.).

Na početku i na kraju programskog sadržaja emitovano je zvučno obavještenje „Prijatelj emisije”, koje prati kadar na kojem se nalazi tekst sljedeće sadržine: „PRIJATELJ EMISIJE, 'm:tel - Imate prijatelje”, uz logo emisije „Exkluziv”.

3. U nastavku programa, u periodu od 18 do 19 sati, prikazana su dva bloka oglasnih poruka, u terminu od 18:14:17 do 18:19:52, kao i od 18:45:45 do 18:47:40 sati.
4. Predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku emisije / programa. Jer, u njemu značajnu ulogu imaju informacije bitne samo za određenog poslovnog subjekta (Hipotekarna banka), kao i usluga i povoljnosti koje taj subjekt pruža svojim klijentima (Premium kartica).

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 (Hipotekarna banka), na način da se preporučuje korišćenje njihovih usluga, uz isticanje prednosti konkretnog programa („Koristim priliku da pozovem korisnike 'Premium' kartice 'Hipotekarne banke' da nastave da koriste benefite najpopularnije kartice u Crnoj Gori i uživaju u pogodnostima koje one donose, kao što su plaćanje do 24 mjesečne rate, kao i popusti na preko 2000 prodajnih lokacija u Crnoj Gori”). 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 je, u toku emitovanja izvlačenje dobitnika nagradne igre promovisana ponuda uz prenaplašeno isticanje poslovnog subjekta („Dobar dan Vama, svim Vašim gledaocima, a naročito klijentima 'Hipotekarne banke', koji su ostvarili uslov za učestvovanje u nagradnoj igri.”).
6. U toku emitovanog sadržaja, lice koje vodi izvlačenje dobitnika nagradne igre preuzima ulogu presenterke proizvoda „Koristim priliku da pozovem korisnike 'Premium' kartice 'Hipotekarne banke' da nastave da koriste benefite najpopularnije kartice u Crnoj Gori i uživaju u pogodnostima koje one donose, kao što su plaćanje do 24 mjesečne rate, kao i popusti na preko 2000 prodajnih lokacija u Crnoj Gori”, 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 18:00 do 19:00 časova, ukupno oglašavanje iznosilo je 21 minut i 39 sekundi. Emiter je na taj način prekršio i čl. 93 stav 1 Zakona i čl. 41 Pravilnika o komercijalnim AV komunikacijama, koji predviđaju da u programima komercijalnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 15% (devet minuta) po satu emitovanog programa.

Saglasno navedenom, može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnog priloga prekršio standarde o komercijalnim AV komunikacijama u dijelu emitovanja prikrivene komercijalne AV komunikacije, odnosno propuštajući da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Emiter je, u periodu od 18:00 do 19:00 časova, prekoracio i maksimalno dozvoljeno trajanje oglašavanja po satu emitovanog programa od devet minuta.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-15 emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje može se utvrditi da je objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1, čl. 93 st. 1 Zakona i čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1, čl. 41 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 „Prva TV” sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

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:

- „AST” d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Arhiva

