



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**

**Broj: 02 –207/3**  
**Podgorica, 16.03.2022. 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. 02-207 od 22.02.2022. godine, direktor Agencije za elektronske medije donosi

**R J E Š E N J E**

1. Privrednom društvu „AST“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „Prva TV“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 21. februara 2022. godine, tokom emitovanja programskog sadržaja „Praktična žena“, i u okviru njega, u terminu od 16:48:04 do 16:53:54 (5 sati i 50 sekundi), priloga o proizvodima brenda „Eugen“ i ponudi veb prodavnice „Shoppster“, propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalih programskih sadržaja, čime je emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju.
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 telepromocije, kao vida oglašavanja, koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja (član 89 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 37 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 televizijskog programa „Prva TV“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „AST“ d.o.o. je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „Prva TV“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

*„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru opšteg televizijskog programa 'Prva TV' upozorenje jer je dana 21. februara 2022. godine, u okviru emisije 'Praktična žena' emitovao prikriveno oglašavanje i propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja“.*
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](http://www.aemcg.org).
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

**O b r a z l o ž e n j e**

Dana 22. februara 2022. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) dostavljen je anonimni prigovor na rad privrednog društva „AST“ d.o.o. Podgorica (u daljem tekstu: emiter), emitera televizijskog programa „Prva TV“ (zaveden kod Agencije pod br. 02-207 od 22.02.2022. godine).

Predmetni prigovor se odnosio na emisiju „Praktična žena“, emitovanu dana 21. februara 2022. godine u terminu od 16:16:39 do 16:59:50 sati, i u okviru nje, u terminu od 16:48:04 do 16:53:54 (5 sati i 50 sekundi), prilog o proizvodima brenda „Eugen“, koji su dio ponude veb prodavnice „Shoppster. Po mišljenju podnosioca prigovora, „... emiter je prekršio Zakon o medijima i Pravilnik o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama, na način što je emitovao prikryveno oglašavanje, emitujući telepromotivni sadržaj prezentovanjem čokoladnih proizvoda i servis shoppster u trajanju od nekoliko minuta, bez jasno obilježja telepromocije“.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učesću ovih sadržaja u sklopu emitovanog programskog sadržaja, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja čl. 85 st. 1 i 89 st. 1 Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), čl. 13 st. 1, čl. 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.3. 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 činjenice da li je emitovanjem spornog sadržaja došlo do kršenja Zakona i Pravilnika, Agencija je emiteru dostavila predmetni prigovor sa nalazom Sektora za monitoring broj 02-207/1 od 23.02.2022.godine i zatražila da u roku od sedam dana od dana prijema zahtjeva, dostavi pisano izjašnjenje na date navode (akti broj 02-207/1 od 28.02.2022. godine). U ostavljenom roku emiter nije dostavio traženo izjašnjenje.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnog 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 tačka 14 Zakona i član 4 stav 1 tačka b Pravilnika).
- prikryvena 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).
- telepromocija je 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 stav 1 tačka m) Pravilnika).
- članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika zabranjene su prikryvene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.
- članom 88 Zakona predviđeno je da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva i može biti u obliku: televizijskog i radijskog 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.

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

1. Emiter je, dana 21. februara 2022. godine, u terminu od 16:16:39 do 16:59:50 sati (43 minuta 11 sekundi), emitovao emisiju „Praktična žena“, a u okviru nje, u terminu od 16:48:04 do 16:53:54 (5 sati i 50 sekundi), prilog o čokoladnim proizvodima brenda „Eugen“, koji su dio ponude veb prodavnice „Shoppster“. Opis predmetnog priloga je dat u tački 2.



2. Na samom početku razgovora, voditeljka sa gostom komentariše čokoladu kao jedan od omiljenih slatkiša, napominjući da se, pored najrazličitijih proizvoda, u ponudi veb prodavnice „Shoppster“ može naći i ova poslastica. Nakon toga, slijedi dio razgovora čiji je transkript dat u nastavku.

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Nešto neverovatno. Ja sam se stvarno oduševio kad sam video. Firma 'Eugen' je smislila nešto što u Srbiji do sada nije viđeno. Razne čokolade sa fenomenalnim egzotičnim ukusima. To su pakovanja koja su prelepa za poklon. Ja sam stvarno toliko oduševljen, da bih toliko sada pričao o njima.“

Tokom predstavljanja ponude, emitovan je srednje krupni kadar tokom kojeg voditeljka direktno ukazuje na ambalaže proizvoda koji se nalaze na stolu ispred nje i sagovornika.

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „To je, verovali ili ne...U ovim tubama staje kandirano voće. Znači, to su kriške pomorance koje su prekrivene čokoladom - belom čokoladom, crnom čokoladom, mlečnom čokoladom. Pritom, svaka ta čokolada ima dodatni ukus, kao na primer - bela čokolada pomešana sa malinom, ili, imamo crnu čokoladu, mešavinu sa biberom i pomoranzom. Pa možeš da zamisliš kakav je to ukus, kakav ti osećaj u ustima u tom momentu imaš kada jedeš.“

**Voditeljka u studiju:** „Ne moraš to meni da pričaš, znam bolje nego iko. Obožavam čokoladu.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Nešto što bih ja izdvojio kao jedan fenomenalni poklon ako...eto, sad ide i Dan žena, znači, ide i godišnjica brakova, godišnjica veza...Ako ne znate kome šta da poklonite, ja bih preporučio ovaj 'Royal' paket. Znači, ovo je nešto fenomenalno - 700 grama egzotične čokolade.“

**Voditeljka u studiju:** „Jao, skoro kilogram čokolade.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Skoro kilogram čokolade, razne, za svачijji ukus ponešto. Takođe, ja sam inače došao na fenomenalnu ideju. Moj drug je, inače, diplomirao. Ja nisam znao šta da kupim. Naravno, ono, ide klasiška: piće, pa uzmeš...“

**Voditeljka u studiju:** „Piće, cveće...“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Piće, cveće..E, ja sam ovu tubu...“

**Voditeljka u studiju:** „Jao, dobra je fora.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Čokoladna tuba, kao za diplomu. Ako ne znate, ovo je jedan originalni poklon.“

**Voditeljka u studiju:** „Super. I, unutra su čokoladice?“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Unutra su čokoladice, takođe, raznih ukusa.“

**Voditeljka u studiju:** „Dobra ideja. To je dobra ideja.“

Tokom ovog dijela razgovora, navedeni proizvod je nekoliko puta krupno kadriran.

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** Ja, kažem ti, toliko sam oduševljen sa idejama, tako da je to fenomenalno. Znači, kao što sam rekao, imamo i kandirano voće. Pogledaj, u tim limenkama, koliko su fenomenalne.“

**Voditeljka u studiju:** „Kakao zrno, karamel, čokolada.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Tako je. Sa karamelom, tako da može da se...“

**Voditeljka u studiju:** „A ova?“

Na ovom mjestu je prikazana ambalaža sa selekcijom čokolada različitih ukusa, koje voditeljka nabraja u nastavku.

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Ovo je naša 'Valt' kolekcija. Ovde ide, da kažem, manja gramaža - 240 grama, ali takođe pomešani ukusi. Vidiš, oni su inače sa zlatnim oblogama.“

**Voditeljka u studiju:** „Limun i đumbir, lešnik i spekulat, kakao zrno i karamel čokolada, bela čokolada i malina.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Belu čokoladu i malinu, veruj mi, kad budeš probala, to je nešto neverovatno. Ja ću ti, svakako, u ime 'Shoppster'-a pokloniti ovaj fenomenalni poklon za gospođice i gospođe.“

**Voditeljka u studiju:** „To je kao torbica.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Da nam uvek budeš lepa. Evo, kao jedan modni detalj možeš nositi na bilo koju proslavu.“

**Voditeljka u studiju:** „Da krenem u grad i da pojedem usput.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Što se mene tiče, možemo odmah poći. A što se tiče ovog 'Royal' paketa ili 'Royal' kolekcije, ja mislim da je najbolje da probamo.“

U nastavku voditeljka i gost sa oduševljenjem komentarišu samu ambalažu i biraju čokoladice za degustaciju.

**Voditeljka u studiju:** „Vidi, da ti kažem. Lepo je cveće, sve je to divno, ali, cveće ti uvene za tri dana, nisi ga ni jeo, realno. Ali kada dobiješ ovako nešto, to je stvarno predivno.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Ovako nešto, to je stvarno, što kažeš i ti malopre, kutija ostane da posle možeš čak i nakit da staviš u nju.“

**Voditeljka u studiju:** „Sve to na 'Shoppster'-u, naravno. Ne morate čak niti, ako naručite, da naručite da dođe na vašu adresu, a možete, pa da onda poklonite lično nekome, možete. Ali možete i da pošaljete direktno tom nekom na njegovu adresu, da ga iznenadi, je li tako?“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Tako je. Na shoppster.com, samo ukucate 'Eugen'. Od tri do pet radnih dana na vašoj kućnoj adresi ili na nečijoj adresi koga želite da iznenadite. A takođe imamo i na našoj 'Instagram' stranici.“

Tokom predstavljanja i upućivanja na nagradnu igru, voditeljka je degustirala jednu od čokoladica.

**Voditeljka u studiju:** „Ja zaboravila. Krenula da jedem i ništa. Nagradna igra odnosno darivanje. Samo ukucate 'Shoppster' na 'Instagramu', i tamo ćete naći sve podatke šta bi trebalo da uradite, a ništa specijalno, da biste dobili nagradu.“

**Miloš Kuzmanović, shoppster.com:** „Da bi učestvovali u 'giveaway'-u. Tako je.“

3. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu, ...) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:

- kroz opisivanje su predstavljeni poslovni subjekti (Firma 'Eugen' i pružalac usluge veb prodavnice „Shoppster“), na način da se preporučuju oni i njihovi proizvodi odnosno usluge, a gledaocu se obraća kao potencijalnom potrošaču (kupcu, korisniku). Kroz razgovor učesnika emisije, kao i opisivanje proizvoda i usluga, naglašene su prednosti proizvoda firme „Eugen“ (razne čokolade) i ponuda roba i usluga dostupnih preko veb prodavnice „Shoppster“ (Firma 'Eugen' je smislila nešto što u Srbiji do sada nije viđeno)... „Razne čokolade sa fenomenalnim egzotičnim ukusima. To su pakovanja koja su prelepa za poklon.“... „Pa možeš da zamisliš kakav je to ukus, kakav ti osećaj u ustima u tom momentu imaš kada jedeš.“... „Nešto što bih ja izdvojio kao jedan fenomenalni poklon“ ... „Ako ne znate kome šta da poklonite, ja bih preporučio ovaj 'Royal' paket.“... „...Ovo je naša 'Valt' kolekcija“. „Belu čokoladu i malinu, veruj mi, kad budeš probala, to je nešto neverovatno. Ja ću ti, svakako, u ime 'Shoppster'-a pokloniti ovaj fenomenalni poklon za gospođice i gospođe. „Tako je. Na shoppster.com, samo ukucate 'Eugen'. Od tri do pet radnih dana na vašoj kućnoj adresi ili na nečijoj adresi koga želite da iznenadite. A takođe imamo i na našoj 'Instagram' stranici.“).
- analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu njegove stvarne prirode, odnosno pogodan je da ga uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode. Takvo dovođenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji se u emisiji predstavljeni proizvodi brenda „Eugen“ i ponuda veb prodavnice „Shoppster“ kroz neformalni razgovor o neobičnim idejama za jedinstvene, prigodne i kreativne poklone u različitim prilikama. Sa druge strane u prilogu se u više navrata



prikazuje ambalaža sa selekcijom čokolada različitih ukusa, koje voditeljka nabraja tokom razgovora, uz više puta prikazane široke, srednje široke ili krupne kadrove pomenutih proizvoda, a u nekoliko navrata je emitovana i grafička insertacija: [www.shoppster.com](http://www.shoppster.com). Navedeno kadriranje nedvosmisleno ukazuje da se radi o namjeri predstavljanja i skretanja pažnje na konkretne proizvode i usluge, odnosno motivisanja potrošača da kupe taj proizvod ili koriste usluge veb prodavnice.

- predmetni prilog ima naglašeno promotivni karakter i u velikoj mjeri je posvećen ponudi i promociji proizvoda i usluga pomenuta dva subjekta - firma „Eugen“ i veb prodavnica „Shoppster“, a voditeljka je preuzela ulogu prezentera njihovih proizvoda/usluga („*Jao, skoro kilogram čokolade.*“ ... „*Jao, dobra je fora.*“ ... „*Dobra ideja. To je dobra ideja.*“ ... „*Limun i đumbir, lešnik i spekulat, kakao zrno i karamel čokolada, bela čokolada i malina.*“ ... „*Ali kada dobiješ ovako nešto, to je stvarno predivno.*“ ... „*Sve to na 'Shoppster'-u, naravno. Ne morate čak niti, ako naručite, da naručite da dođe na vašu adresu, a možete, pa da onda poklonite lično nekome, možete. Ali možete i da pošaljete direktno tom nekom na njegovu adresu, da ga iznenadi, je li tako?*“),.
4. Predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku emisije jer sadrži informacije od značaja samo za pomenute subjekte i njihovu ponudu, što je posebno naglašavano krupnim kadriranjem proizvoda i njihove ambalaže, koji su raspoređeni na stolu ispred voditeljke i sagovornika, kao i posebnim opisivanjem, nabranjem i degustiranjem čokoladnih proizvoda od strane voditeljke i sagovornika. Zbog toga se ovakvo predstavljanje može smatrati telepromocijom, odnosno oglašavanjem, koje je trebalo da bude adekvatno označeno i prepoznatljivo (kao što je propisano članom 89 stav 1 Zakona i članom 37 stav 1 Pravilnika).

Može se zaključiti da je emitovanjem predmetnog sadržaja emiter prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i obaveze da telepromocija (kao vid oglašavanja) mora biti lako prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja.

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 emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 85 stav 1 i 89 stav 1 Zakona i čl. 13 stav 1 i 37 st. 1 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 „Prva TV“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „AST“ d.o.o. iz Podgorice je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima 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:

- Privredno društvo „AST“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Arhiva

