



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

**Broj: 02 – 37/2**  
**Podgorica, 26.01.2023. godine**

Na osnovu člana 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima („Sl.list CG”, br. 46/10, 40/11, 53/11, 6/13, 55/16, 92/17 i 82/10) i člana 18 Zakona o upravnom postupku („Sl. list CG”, 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po anonimnom prigovoru (akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-2166 od 27.12.2022.g.), direktorica Agencije za elektronske medije donosi

**R J E Š E N J E**

1. Privrednom društvu Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića, emiteru opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 25. decembra 2022. godine, u terminu od 17:06:06 do 17:35:25 sati i dana 26. decembra 2022. godine, u terminu od 16:20:26 do 16:49:45 časova, tokom premijere i reprize emisije „S Jahorine s ljubavlju“:
  - 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 i
  - d. direktno podsticao na kupovinu roba i usluga sponzora posebnim promotivnim upućivanjem na iste.
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 i 2 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 javnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 10% (šest minuta) oglasa (član 92 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 40 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
  - d. kršenja obaveze da sponzorisan programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na robu i usluge (član 95 st. 1 tač. 2 Zakona o elektronskim medijima i član 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Lokalni javni emiter Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića, da usaglasí emitovanje programskih sadržaja u okviru opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru opšteg televizijskog programa „TV Nikšić“ objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tač. 1 ovog rješenja koja glasi:

*„Agencija za elektronske medije je izrekla emiteru 'TV Nikšić' upozorenje zbog toga što je dana 25. i 26. decembra 2022. godine, u okviru emisije 'S Jahorine s ljubavlju', emitovao prikriveno oglašavanje i telepromociju koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalog dijela programskog sadržaja i*

*prekoračio maksimalnu dozvoljenu kvotu oglašavanja po satu emitovanog programa. Emiteru je izrečeno upozorenje i zbog toga što je direktno podsticao na kupovinu roba i usluga sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na iste."*

5. Privredno društvo Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića je dužno da, u pisanoj formi i u roku od 24 sata od emitovanja, obavijesti Agenciju za elektronske medije o programskom sadržaju, datumu i vremenu objavljivanja informacije o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja.
6. Protiv ovog Rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.
7. Ovo Rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije [www.aemcq.org](http://www.aemcq.org).
8. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

### **O b r a z l o ž e n j e**

Dana 27.12.2022. godine, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) dostavljen je anonimni prigovor, na rad privrednog društva Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića (u daljem tekstu: emiter), kao emitera televizijskog programa „TV Nikšić“ (zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-2166 od 28.12.2022.g.).

Predmetni prigovor se odnosi na, programski sadržaj, emisiju „S Jahorine s ljubavlju“, emitovanu dana 25.12.2022. godine. Po mišljenju podnosioca prigovora „*tokom emisije 'S Jahorine s ljubavlju' emiter je suprotno Pravilniku o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama emitovao prikriveno oglašavanje tokom intervju sa direktorom OC Jahorina, bez jasnog obilježavanja plaćenog termina i telepromocije, a tokom koje su predstavljeni proizvodi i usluge OC Jahorina što je suprotno Zakonu o elektronskim medijima*“.

Polazeći od navedenog prigovora, 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: Pravilnika).

Po tom osnovu, Sektor za monitoring Agencije je izvršio uvid u snimak emitovanog programskog sadržaja i sačinio nalaz dana 28.12.2022.g. (akt broj 02-2166/1 od 28.12.2022.g.).

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona o elektronskim medijima 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 Zahtjev za izjašnjenje sa predmetnim prigovorom i nalazom Sektora za monitoring i zatražila da, u roku od deset dana od dana prijema zahtjeva, dostavi pisano izjašnjenje na date navode (akt broj 02-2162/2 od 29.12.2022.god.).

Dana 11.01.2023.g. emiter je dostavio Agenciji pisano izjašnjenje (akt zaveden pod br. 02-37 od 11.01.2023.god.) u kojem se navodi da „*prilikom emitovanja navedenog programskog sadržaja nije bilo namjere za prikrivenim reklamiranjem, a navedeni eksterni sadržaj je shodno dogovoru preuzet i emitovan u izvornoj formi. kako bi ubuduće izbjegli mogućnost kršenja Pravilnika o komercijalnim AVM komunikacijama navedeni programski sadržaj neće dalje emitovati*“.

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 i član 13 stav 2 Pravilnika).
- 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).

- 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 promoviraju svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 stav 1 tačka 17 Zakona).
- 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: 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.
- članom 92 Zakona i članom 40 Pravilnika propisano je da u programima javnih emitera trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa, odnosno u jednom satu emitovanja programa javnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 15% (9 minuta) oglasa i telešopinga.
- članom 95 stav 1 tač. 2 Zakona i članom 61 Pravilnika propisano je 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.
- članom 54 Pravilnika je propisano da se vrijeme trajanje oglašavanja na dijelu ekrana i telepromocija računa u ukupnu kvotu oglašavanja po satu emitovanog programa.

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

1. Emiter je dana 25. decembra 2022. godine, emitovao emisiju „S Jahorine s ljubavlju“, u terminu od 17:06:06 do 17:35:25 sati (29 minuta 19 sekundi).
2. U okviru navedenog programskog sadržaja, prikazan je razgovor u studiju sa Dejanom Ljevnajićem, direktorom Olimpijskog centra Jahorina. U nastavku je dat transkript i opis razgovora.

Na početku, prikazan je segment emisije u kojem se voditelj nalazi na otvorenom i najavljuje predstavljanje ljepota i zimskih aktivnosti koje se mogu naći na Jahorini. U nastavku se emituje razgovor u Olimpijskom centru Jahorina.

Nakon razgovora o problemu nedostatka snijega, sagovorniku je postavljeno pitanje o investicijama koje su napravljene u samom skijaškom centru.

Dragiša Ćorović, voditelj: „Al' ajde da mi kažemo da je Jahorina uradila sve i za ovu sezonu. Bila je ljetna sezona, izuzetno uspješna, ali se istovremeno radilo i na investicijama. Došlo je, ako se ja ne varam, osam novih investicija.“

Dejan Ljevnajić, OC Jahorina: „Jeste. Radili smo investicije koje su skijaši najviše željeli. Osnežili smo staze 6 i 6B na Prači koje su možda najomiljenije za skijaše na Jahorini. One se nalaze na nižoj nadmorskoj visini. Pri dnu staze smo isto postavili sistem snow factory i jezero od 30.000 kubika novo da bi smo mogli čitav taj potez Jahorine da osnežavamo. Na tim stazama novim smo uradili i novi sistem, mogu slobodno reći rasvete. Sada imamo osam ipo kilometara rasvete na planini što je jedna odlična ponuda za noćno skijanje i jedan dobar paket za ljude koji rade do 15 časova, do 16, pa mogu popodne doći da skijaju. Potom, uradili smo jednu investiciju i realizovali koja je za one koji ne skijaju, a tražena je, to je staza za sankanje. Najduža staza za sankanje u ovom delu Evrope, 600 metara dužine. Lift poljice vuče sanke uzbrdo, a ljudi se ili deca spuštaju sankama kroz tu stazu koja je projektovana i koja je zaista jedna potpuno nova i fenomenalna atrakcija. Potom, uradili smo jedan snowboard park na 3000 kvadrata. Nešto potpuno novo za ljubitelje snowboard-a i za ljubitelje adrenalina. Mogu tu ljudi koji skijaju da idu, ali prvenstveno je za snoubordere. Proširili smo i naš olimpijski bar na vrh. Uradili smo još novih staza, jednostavno potrudili smo se da sve detalje koji su trebali skijašima uradimo, uradili smo dva nova ski lifta, jedan na Prači isto, da kažem najmodernija, najsavremenija tehnologija, dopelmajer lift sa kapacitetom 1200 skijaša na sat. Lift je izgrađen, drugi lift 'oštra glava' na izlasku šestoseda iz...(nerazumljivo)...koji povezuje skijaše sa drugim delom Jahorine. Sve je to urađeno, montirano, postavljeno i ono što je važno kada pričamo o Jahorini što

*trebamo da brojimo realizacije. Mi zaista imamo puno realizacija, ne samo za ovu godinu, nego i unazad. Puno novih žičara, puno novih projekata i sve je realizovano, to je ključ. Jer da ljudi znaju, žičara se inače gradi po pet, šest godina. Sistem za osnežavanje se gradi po pet godina. Mi smo... u jednoj godini uradimo i projekat, idejno rešenje, pa projektovanje, pa izvođenje, pa na kraju otvar... realizacija do upotrebne dozvole i stvarno sam ponosan na ljude koji rade u Olimpijskom centru koji su realizovali veliki broj projekata. Ti projekti će ostati ovde na Jahorini zauvek i ulepšaće Jahorinu ono što je sigurno. Uradili smo i proširenje našeg Olimpijskog bara na zahtev isto skijaša koji vole apres ski, partije posle skijanja i mogu da kažem da su se na to ljudi možda i najviše obradovali na društvenim mrežama, ali evo, čekamo da vidimo kako će to sve da funkcioniše."*

Dragiša Ćorsović, voditelj: *„Nema dileme da kada snijeg padne da će to sve da pokaže svoju opravdanost. Trebamo da kažemo i tu da Jahorina je dobila jednu novinu što se tiče ski pasova. Imamo jedan fast pass. To je ona, ajde da kažemo žargonski, to je brzinski pas. Nema više čekanja na na, u redovima, nego se može preko reda, ali ograničen broj."*

Dejan Ljevnajić, OC Jahorina: *„To je priority ski pass koji smo odlučili, isto na zahtev skijaša, uvek se trudimo da imamo nešto novo. To je ski pas, imaće ih samo 100 i kada su veće gužve omogućava prolaz na instalacijama gde je to moguće, gde ima taj priority prolaz, da se ne čeka red i to je nešto potpuno novo. Mogu da kažem da je već preko 50-ak prodato. Da je ostalo još par, još malo više... još malo manje od pola. Drugo uveli smo i novinu na ski pas 10 u sezoni, može da se koristi i tokom noći. Znači isto se računa. Svaki detalj smo gledali da skijašu izađemo u susret i da bude zadovoljan sa Jahorinom. Svaka novina je dobra i uvek moramo nešto novo da unosimo..."*

Potom je Ljevnajić objasnio da je bitno da se skijašima unaprijed daju sve te informacije kako bi bili upoznati sa onim što ih očekuje na planini i da je bitno da postoji povezanost sa skijašima.

Dragiša Ćorsović, voditelj: *„Kad ste govorili o toj povezanosti Jahorine i skijaša i pravovremenoj informaciji, vrlo važan detalj su društvene mreže. I ja zaista moram da kažem da vi zajedno sa svojom ekipom fenomenalno koristite društvene mreže. Na vrijeme se sve može, svaka informacija se može dobiti. Ono što mene interesuje, a vjerovatno i mnoge gledaoce, to su ove dvije akcije koje ste vi pokrenuli, a koje idu preko vašeg zvaničnog profila. Dakle, na Instagramu Dejan Ljevnajić, pa onda vidite poštovani gledaoci, onaj mali plavi znak kao da je znak Nike-a. To je dakle taj zvanični profil. Na njemu se mogu naći sve informacije i ne samo to, nego ove dvije akcije 1000 skija za našu djecu i 1000 kaciga za našu djecu. Siguran sam da ste zadovoljni kako to sve teče." (Prim. aut. Dok je voditelj govorio ovom profilu, preko ekrana se istovremeno prikazuju i slike samog profila.)*

Ljevnajić je zatim objasnio da su te akcije izuzetno važne da bi se djeca vratila prirodi i sportu.

U terminu od 17:28:49 slijedi nastavak razgovora sljedeće sadržine:

Dragiša Ćorsović, voditelj: *„Sjajna zabava na Jahorini. Krenulo se izvanredno. 'Zli pevač', pa je onda bilo 'Prljavo kazalište', pa čini mi se Marija Šerifović, pa Željko Joksimović i to se sve nastavlja."*

Dejan Ljevnajić, OC Jahorina: *„Tako je. Odmah posle su bili i Saša Kovačević, Vesna Zmijanac, evo sad nam dolazi Ana Bekuta, pa Aleksandra Mladenović, za Novu godinu Jovana Pajić u Olimpijskom baru. Onda imamo Amadeus bend, OK bend, Aleksandar Sofronijević Sofronac, Toni Cetinski nam dolazi. Ja ne znam, ali nisam stigo da nabrojim, ali preko 30 koncerata će sigurno biti u našem Olimpijskom baru i to se održava bez obzira na okolnosti druge. Već je to sve i skoro rasprodato. Neki su već rasprodati, neki nisu, ali dobra zabava. I to je nešto po čemu Jahorinu ja svuda i to često i objavim i treba to ljudi da govore. Možda je meni lakše zato što nisam odavde, ali ovde žive i rade najbolji ljudi, najbolji domaćini. Ja baš tako napišem često da ljudi u Srbiji, u Hrvatskoj, Sloveniji to vide. Oni koji dođu oni to znaju, ali oni koji ne dođu ne znaju. Treba to isticati. Ovaj narod treba da se ponosi s time jer su takvi. Ovde su ljudi srdačni, ljubazni, neposredni, nisu zlonamerni i to je nešto što je po meni, možda i najjača stvar na planini. Investicije mi završavamo kroz kredite, kroz zaduženja, ali ljude ne možete. Ali to je deo jedne kulture ovog naroda sa ovih područja i ja to često isticam i onda smo to napravili, tako nekako idemo u tom pravcu kao kad bi opisali Jahorinu u jednoj rečenici to najbolje skijanje i najbolja zabava i provod i to je to."*

Kao poslednja tema emisije obrađeno je pitanje infrastrukturnih ulaganja na Igrištima za koje je takođe planirano unaprjeđenje skijaškog centra.

3. Nakon odjave emisije, na punom ekranu, emitovano je i grafičko obavještenje sljedeće sadržine: „*Generalni pokrovitelj: Jahorina-olimpijski centar*“. Zatim i grafičko obavještenje o partnerima serijala, uz logotipe sljedećih kompanija: „*A309-Olimpijska kuća Jahorina*“, „*Bracom-Sport shop Sarajevo*“, „*Turistička organizacija-Istočno Sarajevo*“, „*Granzo-Hotel sport Jahorina*“, „*Vučko-Aparthotel Jahorina*“, „*Zepter-international*“, „*DAK*“.
4. Opisani sadržaj emitovan je i 26.12.2022. godine u repriznom terminu od 16:20:26 do 16:49:45 sati.
5. Tokom navedenih djelova programskog sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije (telepromocija, plaćeni termin i sl.).
6. U periodu od 17 do 18 sati, 25. decembra 2022.g., emitovane su oglasne poruke u sljedećim terminima: od 17:44:46 do 17:51:26 (6 minuta 40 sekundi) i od 17:51:42 do 17:59:50 (8 minuta 8 sekundi).
7. Postojanje prikrivenog oglašavanja u pojedinim segmentima predmetne emisije (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
  - kroz razgovor sa direktorom OC Jahorina, predstavljena je ponuda i promovisane su realizovane i buduće investicije kao i gostovanja muzičara, prednosti za različite grupe posjetilaca (skijaši, snouborderi, djeca...), uz isticanje kvaiteta, prednosti i jedinstvenosti kapaciteta i usluga.
  - analizirani programski sadržaj je mogao dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu njegove stvarne prirode, prevashodno zbog uvoda emisije i najave predstavljanja ljepota planine Jahorine te aktivnosti koje se na njoj nude. To je bilo pogodno da gledaoca uvjeri da je riječ o uredničkom, a ne sadržaju komercijalne (oglasne) prirode. U toku emisije vršeno je direktno obraćanje gledaocima kao posjetiocima poslovnog subjekta i korisnicima njegovih usluga i kapaciteta, a voditelj preuzima ulogu promotera i prezentera njegove ponude, rezultata i aktivnosti.
  - emisija ima naglašeno promotivni karakter i posvećena je poslovnom subjektu (OC Jahorina), koji je ujedno i sponzor emisije. 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, odnosno vrši promocija aktivnosti sponzora, na takve poruke se primjenjuju 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 aktivnosti sponzora, ovakvo preporučivanje se smatra telepromocijom. Naime, predmetni programski sadržaj trebao je da bude označeni kao telepromocija, a otežavajuću okolnost predstavlja činjenica da je predstavljanje izvršeno u zamjenu za naknadu u vidu sponzorstva.
8. Uzimajući u obzir sadržinu programskog sadržaja, može se zaključiti da je riječ o prikrivenoj komercijalnoj audiovizuelnoj komunikaciji, koje je zabranjena članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika.
9. S obzirom da je u terminu od 17 do 18 sati, emitovao oglasne poruke u trajanju od komercijalne AVM komunikacije i to u trajanju od 14 minuta 48 sekundi, kao i da je značajan dio emisije trebalo označiti kao telepromociju i uračunati ga u kvotu, emiter je prekoračio maksimalno dozvoljenu kvotu trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa propisanu članom 92 Zakona i članom 40 Pravilnika.
10. Predmetnom emisijom emiter je vršio promociju sponzora emisije (pitanja i komentari voditelja kao i odgovori, iznešene informacije o realizovanim i budućim projektima koje je dao gost) i time prekršio član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika koji propisuju da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge.
11. Činjenica da „*sadržaj neće dalje emitovati*“, ne oslobađa emitera odgovornosti za uočeno kršenje standarda.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O - TV - J - 4 od 04.03.2013. godine emiter odgovoran za sadržinu emitovanog programa, može se konstatovati da je

emiter emitovanjem predmetnog sadržaja prekršio standarde vezane za oglašavanje i sponzorstvo, propisane čl. 85 stav 1, 89, 92 stav 1 i 95 st. 1 tač. 2 Zakona i čl. 13 stav 1 i 2, 37 stav 1, 40 stav 1 i 61 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktorica Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona, donijela odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „TV Nikšić“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu Lokalni javni emiter „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o. iz Nikšića je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu, kao i da obavijesti Agenciju o objavljivanju informacije o izrečenoj mjeri.

Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

#### **PRAVNA POUKA**

Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana njegovog dostavljanja.



Dostavljeno:

- Privredno društvo Lokalni javni emiter
- „Radio i Televizija Nikšić“ d.o.o.
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva