



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 37/1
Podgorica, 24.01.2023.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. 02-2162 od 27.12.2022.g.), direktorka 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 27. decembra 2022. godine, u periodu od 08:45:29 do 08:55:19 sati (9 minuta 50 sekundi), tokom emitovanja emisije „Jutarnji program“:
 - 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 usaglasi 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“ i emisije „Jutarnji program“ objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tač. 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru ‘TV Nikšić’ upozorenje jer je dana 27. decembra 2022. godine u okviru emisije ‘Jutarnji program’, 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 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.aemcg.org.
8. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

Obrazloženje

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. 02-2162 od 27.12.2022.g.).

Predmetni prigovor se odnosi na programski sadržaj „Jutarnji program“, emitovan dana 27.12.2022. godine, u kojem je, po mišljenju podnosioca prigovora emiter „... ugostio predstavnicu EPCG i pri tom prekršio Zakon o elektronskim medijima i suprotno Pravilniku o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama emitovao prikriveno oglašavanje na način što je predstavio proizvode i usluge kompanije, bez jasnog obilježja telepromocije“.

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: Pravilnik).

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 02-2162/1 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 kaže da „pri izboru gostiju i tema emisija vode se prvenstveno interesom javnosti za objektivnim i pravovremenim informisanjem o aktuelnostima koje mogu biti značajni za njihov život i rad“, pa su, kako se nadalje navodi, „u okviru emisije ‘Jutarnji program’ 27.12.2022. godine emitovali razgovor uživo sa PR-om ‘Solaris gradnje’ na temu projekat ‘Solaris 5000+’ koji realizuje EPCG“. Takođe, emiter ukazuje i da „cilj emitovanja sadržaja nije promovisanje navedene kompanije, već informisanje javnosti o benefitima projekta za građanje“, kao i da su „pitanja voditelja bila fokusirana na korisnike-građane“.

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 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 promoviše 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 snimke emitovanih sadržaja, kao i izjašnjenja emitera može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 27.12.2022. godine, emitovao emisiju „Jutarnji program“, u terminu od od 06:30:16 do 09:03:51 sati.
2. U okviru navedenog programskog sadržaja, u terminu od 08:45:29 do 08:55:19 sati (9 minuta 50 sekundi) emitovan je razgovor u studiju sa PR-om „Solar gradnje“ Ivom Čukić Šoškić. Opis razgovora dat je u nastavku.

Na početku je najavljena tema razgovora: projekat Elektroprivrede Crne Gore „Solar 5000+“. U nastavku je dat osvrt na tehničke aspekte realizacije prethodnog projekta „Solar 3000+“, a bilo je riječi i o energetske benefitima projekta na državnom nivou.

Potom je, u terminu od 08:49:46 do 08:50:51 sati (1 minut 5 sekundi) emitovan dio razgovora sljedeće sadržine:

Voditeljka: „*Ono što sigurno naše građane interesuje, do kad traje prijava, juče je otvoren poziv za prijavljivanje i na koga se sve odnosi?*“

Iva Čukić Šoškić, PR „Solar gradnje“: „*Poziv za javnost je upućen već juče. Poziv je otvoren do kraja januara. Građani mogu, ukoliko se služe Internetom, najlakše da*

prijavu popune preko sajta Elektroprivrede www.epcg.com, a ukoliko ne, mogu i da se jave na brojeve telefona koji su iskazani na vašem ekranu sada. Tako da mogu da se prijave i domaćinstva i poslovni subjekti, kao i stambene zgrade do četiri sprata, to jeste novina ovog projekta. To znači da mogu da se prijave i stambeni objekti i u ime njih dokumentaciju prijavljuje predsjednik skupštine stanara. Jedan od glavnih uslova je svakako da su građani redovne platiše, ili pak da izmiruju redovno rate po osnovu 'Podijelimo teret'.

Tokom navedenog dijela programskog sadržaja nijesu evidentirane grafičke insertacije brojeva telefona o kojima je riječ tokom razgovora.

U terminu od 08:51:01 do 08:53:32 sati (2 minuta 33 sekunde) emitovan je dio razgovora sljedeće sadržine:

Iva Čukić Šoškić, PR „Solar gradnje“: „Ono što je veoma važno je da se građani, ukoliko su zainteresovani, prijavljuju što prije na ovaj projekat, jer prilikom rangiranja, ukoliko imaju svi tehničke uslove jednake, da kažemo da će prednost imati oni koji su se ranije prijavili.“

Voditeljka: „Eto, još jedna jasna poruka svim građanima jeste da ne čekaju ukoliko ispunjavaju sve uslove za projekat '5000+'. Rekli ste da je interesovanje zaista veliko i za '3000+' i za '500+', biće sigurno i za '5000+'. Šta je to zbog čega bi trebali građani da se prijave, još jednom, iako sam sigurna da veliki dio građana zna detalje kada su ovi projekti u pitanju, ali, eto, da im još jednom poručimo koji su to benefiti koje nam donose?“

Iva Čukić Šoškić, PR „Solar gradnje“: „Benefiti ugradnje solarnih panela su veoma jasni i to znači da građanin, ukoliko se prijavi za ovaj projekat, ima priliku da plaćajući iznos svog prosječnog računa za struju, otplaćuje solarnu elektranu, koja nakon 7 do 9 godina, ili pak 10, u zavisnosti od aranžmana koji sklopi, njegova solarna elektranu postaje potpuno njegovo vlasništvo i nakon otplate te solarne elektrane, električna energija za njegove potrebe postaje potpuno besplatna. I to je nešto što građanima do sada niko nije ponudio do ovog rukovodstva Elektroprivrede koje sada postoji.“

Voditeljka: „Zaista jedna čini se naizgled nevjerovatna situacija da se može to dogoditi.“

Iva Čukić Šoškić, PR „Solar gradnje“: „Jeste. Jedan od motiva jeste upravo taj socijalni momenat da se osnaže građani, da se prosto olakša život građanima, da se njihov standard poboljša, samim tim što neće jednog dana plaćati račun za struju. A osim toga, naravno, to je jedan veliki vjetar u leđa i samoj privredi gdje znamo kad pravna lica otklone tu stavku sa svog budžeta za plaćanje električne energije, da je to jedna ogromna stavka manje i znači jedno poslovanje mnogo agilnije i osim toga to je naravno isplativo i za samu Elektroprivredu.“

Voditeljka: „Čini mi se da smo prošlog mjeseca radili prilog sa jednim od korisnika koji uveliko koristi ove benefite i veoma je zadovoljan koliko smo imali prilike da eto čujemo i tu drugu stranu, kada su korisnici u pitanju.“

U nastavku razgovora bilo je riječi o planovima za budući projekat „10000+“.

Tokom navedenog razgovora, u dva navrata, kao pokrivalica je emitovan promotivni spot projekta „Solar 5000+“ (oglasna poruka bez tona), u terminu od 08:48:20 do 08:49:24 sati (1 minut 4 sekunde) i u terminu od 08:51:46 do 08:52:50 sati (1 minut 4 sekunde).

Tokom navedenog dijela programskog sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije (telepromocija, plaćeni termin i sl.).

3. Nakon najavne i uoči odjavne špice „Jutarnjeg programa“, na punom ekranu emitovano je grafičko i zvučno obavještenje sljedeće sadržine: „Prijatelj 'Jutarnjeg programa': Elektroprivreda Crne Gore (EPCG, www.epcg.com)“.

Uz navedeno obavještenje o prijatelju programa, u oba navrata emitovan je i promotivni spot projekta „Solar 5000+“ (oglasna poruka). Spot je prikazan na početku programa, u terminu od 06:30:37 do 06:31:11 sati (34 sekunde), odnosno na kraju, u terminu od 09:03:02 do 09:03:36 sati (34 sekunde).

4. Istog dana, u periodu između 08 i 09 časova emitovane su oglasne poruke u sljedećim terminima: od 08:00:00 do 08:00:30 sati (30 sekundi), kao i u terminu od 08:38:41 do 08:45:06 sati (6 minuta 25 sekundi).
5. Ne može se dovesti u pitanje pravo emitera da u skladu sa svojom uređivačkom politikom, traži, pribavlja, objavljuje i prenosi informacije od interesa za javnost. U ovom slučaju to su informacije o mogućnostima i prednostima ugradnje solarnih panela i ulaganja u opremu koja će subjektima koji se za to odlučuju sada, u određenom budućem trenutku, omogućiti besplatno snabdijevanje električnom energijom. Takođe se ne može dovesti u pitanje značaj upoznavanja javnosti sa projektima kojima se takve mogućnosti pružaju, kao i predstavljanje efekata koje takvi projekti mogu imati na različitim nivoima, od pojedinačnog domaćinstva do društva u cjelini.
6. U predmetnom segmentu programa može se uočiti postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu, finansijska nadoknada) kroz nekoliko elemenata, i to:
 - Predstavljene su aktivnosti konkretnog poslovnog subjekta, odnosno benefiti i prednosti koje učešće u njegovom projektu donosi sa komercijalnog ali i društveno korisnog aspekta. Kroz razgovor se ističe jedinstvenost poslovnog subjekta i njegovog projekta (*„I to je nešto što građanima do sada niko nije ponudio do ovog rukovodstva Elektroprivrede koje sada postoji“, ... „Zaista jedna čini se naizgled nevjerovatna situacija da se može to dogoditi.“*) i imidža (*„Jedan od motiva jeste upravo taj socijalni momenat da se osnaže građani, da se prosto olakša život građanima, da se njihov standard poboljša, samim tim što neće jednog dana plaćati račun za struju. A osim toga, naravno, to je jedan veliki vjetar u leđa i samoj privredi gdje znamo kad pravna lica otklone tu stavku sa svog budžeta za plaćanje električne energije“*);
 - analizirani programski segment 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 predstavljaju prednosti i uslovi za učešće u projektu, a u određenim djelovima voditeljka je preuzela ulogu prezentera (*„Eto, još jedna jasna poruka svim građanima jeste da ne čekaju ukoliko ispunjavaju sve uslove za projekat '5000+'. Rekli ste da je interesovanje zaista veliko i za '3000+' i za '500+', biće sigurno i za '5000+'... „Zaista jedna čini se naizgled nevjerovatna situacija da se može to dogoditi.“... „Čini mi se da smo prošlog mjeseca radili prilog sa jednim od korisnika koji uveliko koristi ove benefite i veoma je zadovoljan koliko smo imali prilike da eto čujemo i tu drugu stranu, kada su korisnici u pitanju.“*). Prilogom se vrši direktno obraćanje gledaocima kao potrošačima-kupcima poslovnog subjekta te mogućim korisnicima (učesnicima) projekta, pri čemu se ističe da je, pored tehničkih, *„Jedan od glavnih uslova ... svakako da su građani redovne platiše, ili pak da izmiruju redovno rate po osnovu 'Podijelimo teret'“*.
 - naveden dio emisije ima naglašeno promotivni karakter i posvećen je aktivnostima poslovnog subjekta, 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 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

aktivnosti 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.

7. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranog segmenta 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.
8. S obzirom da je u terminu od 8 do 9 sati, emitovao oglasne poruke u trajanju od 6 minuta 55 sekundi, da je u toku predmetnog segmenta, u dva navrata, kao pokrivalica, emitovan promotivni spot projekta „Solar 5000+“ (ukupno 2 min i 8 sekundi), kao i da je cijeli prilog 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.
9. Predmetnim prilogom emiter je vršio direktno podsticanje na kupovinu roba i usluga sponzora emisije („...poruka svim građanima jeste da ne čekaju ukoliko ispunjavaju sve uslove za projekat '5000+'.) i vršio promociju njegovog projekta. Time prekršio 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. Na to ukazuju postavljena pitanja i komentari voditelja kao i odgovori, iznešene informacije, gošće o predmetnom projektu.

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 objavljuvanoj informaciji 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