



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 - 1766/2
Podgorica, 29.09.2023. godine

Na osnovu člana 40, 139,140, 141, 143 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 službenoj dužnosti, direktorica Agencije za elektronske medije donosi

R J E Š E N J E

1. Privrednom društvu „Adria TV“ d.o.o., emiteru opšteg televizijskog programa „Adria TV“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera zbog kršenja odredbi čl. 85 stav 1, 89 stav 1 i 95 stav 1 Zakona o elektronskim medijima, čl. 13 st. 1 i 2, 37 stav 1, 57 stav 2 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama („Sl. list Crne Gore“, br. 36/11), jer, na zahtjev Agencije, nije dostavio zaključeni ugovor o sponzorisanju programskog sadržaja „Ljetnji vikend“ i zbog toga što je dana 21. avgusta 2023. godine, u okviru reprize emisije „Ljetnji vikend“, u terminu od 9:42:30 do 9:47:57 sati (5 minuta 27 sekundi):
 - a) emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju,
 - b) propustio da oglašavanje (telepromociju) učini prepoznatljivim i odvojenim od ostalih programskih sadržaja,
 - c) direktno podsticao na kupovinu usluga sponzora programskog sadržaja.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) kršenja zabrane emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i član 13 st. 1 i 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - b) kršenja obaveze 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) kršenje uslova da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu robe ili usluga sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 95 stav 1 tačka 2 Zakona o elektronskim medijima i član 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama),
 - d) kršenja obaveze emitera da Agenciji, na njen zahtjev, dostavi zaključeni ugovor o sponzorisanju programa (član 57 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Adria TV“ d.o.o., da:
 - a) usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Adria TV“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
 - b) dostavi Agenciji zaključen ugovor ili druge akti kojima su regulisana prava i obaveze u vezi sa sponzorisanjem programskog sadržaja „Ljetnji vikend“.

4. Privredno društvo „Adria TV“ d.o.o. je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „Adria TV“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru opšteg televizijskog programa 'Adria TV' upozorenje jer je dana 21. avgusta 2023. godine, u okviru reprize emisije 'Ljetnji vikend' emitovao prikriveno oglašavanje i propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i odvojenom od ostalih programskih sadržaja. Emiter je upozoren i zbog toga što je sponzorisanom emisijom vršio direktno podsticanje na kupovinu usluga i roba sponzora, što je zabranjeno Zakonom.“

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.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanog opšteg televizijskog programa „Adria TV“, privrednog društva „Adria TV“ d.o.o. (u daljem tekstu: emiter), Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je konstatovala da je dana 21. avgusta 2023. godine, u periodu od 8:59:36 do 10:38:08 sati (1 sat 38 minuta 32 sekunde), emitovao reprizu programskog sadržaja pod nazivom „Ljetnji vikend“, u okviru kojeg je prikazan intervju sa g. Anom Martinović, PR-om privrednog društva „M-tel“ d.o.o., u periodu od 9:42:30 do 9:47:57 sati (5 minuta 27 sekundi)

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešću ovih sadržaja u sklopu emitovanog programskog sadržaja, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje odgovornosti za kršenje Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i tač. 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-02.

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. 02-1766/1 od 28.08.2028. 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 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/protivuslugu (član 8 stav 1 tač. 15 Zakona i član 13 st. 1 i 2 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 i član 4 stav 1 tačka n) 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).
- zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona i član 13 stav 1 Pravilnika),
- 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 95 stav 1 tačka 2 Zakona i članom 61 Pravilnika je propisano da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge,
- članom 57 stav 2 Pravilnika je propisano da je emiter dužan da Agenciji, na njen zahtjev, dostavi zaključeni ugovor o sponzorisanoj programu.

Na osnovu uvida u snimak emitovanog sadržaja, kao i spise predmeta može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 21. avgusta 2023. godine, u periodu od 8:59:36 do 10:38:08 sati (1 sat 38 minuta 32 sekunde) emitovao programski sadržaj pod nazivom „Ljetnji vikend“, u okviru kojeg je prikazan intervju sa g. Anom Martinović, PR-om privrednog društva „M-tel“ d.o.o., u periodu od 9:42:30 do 9:47:57 sati (5 minuta 27 sekundi).
2. Programski sadržaj „Ljetnji vikend“ je emisija informativnog karaktera i kolažnog tipa, čiji cilj je upoznavanje građana sa aktuelnostima u Crnoj Gori. Na samom početku pomenutog intervjua bilo je riječi o novim ponudama „M-tel“ kompanije (snižjenja, novi modeli mobilnih telefona, posebni paketi za telefon, televiziju i internet).

U periodu od 9:42:41 do 9:44:13 sati (1 minut 32 sekunde) emitovan je segment sljedeće sadržine.

Novinarka: „Ana, evo za sve koji dolaze u Crnu Goru dostupna je e-SIM kartica za turističke pakete, je li tako?“

Ana Martinović: „Tako je, draga Ana. I to je već popularna e-SIM kartica. Zašto? Zato što neko ko dolazi u Crnu Goru sad da ne traži gdje je poslovnica 'M-tel'-a, pa na ovu vrućinu da traži parking, pa da čeka red. Ovako fino od kuće, prije nego što krene na putovanje u Crnu Goru, odabere koji će turistički paket da kupi na našem sajtu i sve završi online, u par minuta. Dakle, identifikacija se vrši putem tog identifikacionog dokumenta, koji se fotografiše. Sa druge strane, na mail stiže QR kod koji se skenira. Sve zajedno traje minut-dva, a oni plaćaju, odnosno, biraju turistički paket koji hoće. Dakle, ima M-tel tourist 10, M-tel tourist 15 i 20, koji upravo toliko koštaju: 10, 15 ili 20 eura, a koji donose 500 GB, ova dva niža paketa, 10 i 15 eura, a ovaj od 20 eura, čak 1 TB mobilnog interneta, koji onda mogu da koriste 30 dana dok borave u Crnoj Gori. Ono što je važno da kažem za naše turističke pakete je ona minimalna dopuna: donosi još 500 GB koji troše još toliko period, 7, 15, odnosno, 30 dana. Tako da interneta u najboljoj M-tel mreži neće faliti našim turistima. I ono što moram da istaknem je da su ovo paketi koji su popularni i među domaćim stanovništvom, naročito među mlađima, đacima i studentima, jer sad, tokom ljeta gdje god da su otputovali, iako nisu u Wi-Fi zoni svog doma, imaju interneta na kartici koliko god žele.“

U periodu od 9:44:14 do 9:45:32 sati (1 minut 18 sekundi) emitovan je tekst dat u nastavku.

Novinarka: „E sad, znamo da to nije sve. Pričamo i dalje o ponudama 'M-tel'-a. Aktuelna je ponuda Samsung A i Samsung S serije telefona.“

Ana Martinović: „Tako je, to su telefoni koji su uvijek traženi, a naročito sad u mjesecu avgustu, kad je to sniženje Samsung A serije i Samsung Galaxy S23 serije, zato što, osim što su sniženi, snižena je i pretplata u paketima uz koje korisnik potpisuje ugovor. Tako, recimo, Urban neo 3, pretplata je sa 22 i 90 spuštена na 15 eura. A onda su ovi telefoni A serije spuštени, pa recimo, 54-A54, košta svega 12 eura mjesečna rata uz ovaj telefon-uz paket od 15 eura mjesečno ili recimo, A34 ima ratu samo od 5 eura, a A14 samo 2 eura mjesečno uz Urban neo 3. Naravno da Galaxy S23 je vrlo tražen telefon. Naši građani vole da imaju te najmodernije, najnovije modele. Oni su sniženi, a onda kompanija 'M-tel' za sve koji potpišu ugovor na 2 godine, pokloni još i pametni Samsung sat, tako da je vrlo isplativo sad u mjesecu avgustu kupi-kupiti bilo koji od ovih Galaxy S23, bilo koji: S23, S23+ ili S23 ultra. Ima ih u svim našim poslovnicama. Pametni sat čeka na poklon.“

U periodu od 9:45:32 do 9:46:42 sati (1 minut 10 sekundi) emitovan je segment sljedeće sadržine.

Novinarka: „A u ponudi su i Huawei telefoni po posebnim cijenama?“

Ana Martinović: „Jeste. Ovaj, korisnici android telefona negdje se dijele na one koji obožavaju Samsung ili obožavaju Huawei, a mi iz kompanije 'M-tel' i jedni i druge uvijek nudimo, uvijek one najaktuelnije modele i još po sniženoj cijeni. Tako, recimo, Huawei Y90 košta samo 6 eura uz Urban neo 3, a uz onaj najveći Urban neo 5, koji je prosto nevjerovatan paket, a sada je snižena pretplata na 39.99 (eura). Oni dobijaju neograničeni internet dok su u Crnoj Gori. Kad idu regionom, imaju čak 50GB mobilnog interneta mjesečno. Onda imaju i 2GB kad putuju širom svijeta mobilnog interneta, a najvažnije, neograničeni su razgovori su u Urban neo paketima u M-tel mreži i ka drugim mrežama u Crnoj Gori. I onda Huawei, recimo, P60 pro, koji je prava poslastica od telefona za sve one koji vole nešto da snimaju i slikaju, jer poznat je Huawei po dobrim kamerama. On je snižen, i samo je 30 eura mjesečno rata za one koji vole te najbolje i najskuplje telefone, to moram reći da je samo, obzirom da je to jako kvalitetan telefon.“

U periodu od 9:46:43 do 9:47:37 sati (54 sekunde) govorilo se o „M:box 4“ popustima i telefonu Vivo Y16, koji korisnici dobijaju potpisivanjem Box 4 paketa, kao i brzini interneta i TV sadržajima koji su dostupni u paketu, a pomenuto je i da su svi „BOX“ paketi na popustu od 50%.

Intervju je snimljen ispred studija „Adria TV“.

3. Tokom predmetnog intervjuja nije emitovana naznaka da li se radi o komercijalnoj AV komunikaciji.
4. Na početku emisije „Ljetnji vikend“ emitovano je grafičko obavještenje – „pokrovitelj programa“ i logo kompanije: „m:tel – Imate prijatelje“.
5. Predmetni segment programskog sadržaja se može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer su u njemu plasirane informacije od značaja samo za određenu kompaniju (privredno društvo „M:tel“ d.o.o.), a koje su se odnosile na isticanje njene ponude i dostupnosti njenih usluga na tržištu (sniženja, novi modeli mobilnih telefona, posebni paketi za telefon, televiziju i internet). Emiter je zanemario činjenicu da je članom 95 stav 1 tačka Zakona i članom 61 Pravilnika propisano da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.

Kod sponzorstva, promocija sponzora (imena, robe/usluge, aktivnosti) je posredna i ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjereno.

6. Zbog izostanka adekvatnog označavanja, navedeni dio predmetnog programskog sadržaja može se okarakterisati kao prikrivena komercijalna audivizuelna komunikacija, odnosno prikriveno oglašavanje konkretnog subjekta (privredno društvo „M:tel“ d.o.o.) sa jasno promotivnim elementima (sniženja cijena, novi modeli mobilnih telefona, posebni paketi za telefon, televiziju i internet).

7. Postojanje prikrivenog oglašavanja u predmetnim segmentima (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu) može se sagladati na osnovu nekoliko elemenata i to:
- predstavljen je konkretni poslovni subjekt (privredno društvo „M:tel“ d.o.o.), odnosno ponuda njegovih usluge i robe, na način da se preporučuje kupovina usluga i roba.
 - voditeljka je preuzela ulogu prezentera subjekta i njegove ponude i obraćala se gledaocima kao potencijalnim korisnicima i kupcima usluga i roba iz ponude ove kompanije („...za sve koji dolaze u Crnu Goru dostupna je e-SIM kartica za turističke pakete“, ... „aktuelna je ponuda Samsung A i Samsung S serije telefona“, ...„A u ponudi su i Huawei telefoni po posebnim cijenama?“).
 - analizirani programski segment mogao je dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode, odnosno pogodan je da uvjeri da je riječ o sadržaju koji nije komercijalne prirode. Takvo dovođenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji se predstavljaju prednosti kupovine usluga i roba privrednog društva „M:tel“ d.o.o., a to je u okviru uredničkog sadržaja kakav je emisija „Ljetnji vikend“.
8. Uzimajući u obzir sadržinu analiziranih segmenata, može se zaključiti da je emiter propustio da ih označi kao telepromociju, što je propisano članom 89 stav 1 Zakona i članom 37 stav 1 Pravilnika, te da je riječ o prikrivenoj komercijalnoj audiovizuelnoj komunikaciji, odnosno telepromociji koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja.
9. Emiter nije dostavio zaključen ugovor o sponzorisaniu predmetnog programskog sadržaja i time prekršio obavezu da, na zahtjev Agencije, dostavi akt kojim su regulisana prava i obaveze u vezi sa sponzorisaniem predmetnog sadržaja.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-R-K-02, emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 85 stav 1, 89 stav 1 i 95 stav 1 Zakona, čl. 13 st. 1 i 2, 37 stav 1, 57 stav 2 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 programa „Adria TV“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru je naloženo da, u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona, informaciju o izrečenoj mjeri objavi u svom programu, kao i da u pisanoj formi obavijesti Agenciju o načinu (sadržaj, datum i vrijeme) objavljivanja informacije o izrečenoj mjeri.

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:

- Privrednom društvu „Adria TV“, d.o.o
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Služba za opšte poslove i odnose sa javnošću
- Arhiva

Pripremila: Zorica Popović

Odobrila: Jadranka Vojvodić

