



Crna Gora
SAVJET AGENCIJE ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE
Broj: 01-040/24-1240/1
Podgorica, 16.12.2024. godine

Izveštaj sa javne rasprave
povodom
PREDLOGA PRAVILNIKA
O KOMERCIJALNIM AUDIOVIZUELNIM KOMUNIKACIJAMA
U AUDIOVIZUELNIM MEDIJSKIM USLUGAMA

**Primjedbe i sugestije
na Predlog pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama**

R.br.	Član	Podnosilac predloga	Predlog	Odgovor Savjeta Agencije
-------	------	---------------------	---------	--------------------------

1.	Član 2 stav 1 tačka 18	Asocijacija komercijalnih emitera Crne Gore	Član 2, stav 1, tačka 18 (definicija radio insertera) Predloga pravilnika treba izbrisati jer nije radijski standard.	Odbiti predlog. Radi se o uobičajenoj i vrlo zastupljenoj vrsti oglasnih poruka u radijskim programima. Uglavnom traju po 2-3 sekunde i često su neprepoznatljivije u odnosu na ostatak uredničkog sadržaja.
2.	Član 6 st. 3 i 4	Asocijacija komercijalnih emitera Crne Gore	<p>a) Ukoliko se usvoji član 6 iz Predloga pravilnika, radio i tv djelatnost će pretrpjeti veliku finansijsku štetu, jer prihod od te branše iznosi 10 do 20 % u elektronskim medijima.</p> <p>b) Smatraju da obavještenje i upozorenje treba da budu na kraju.</p>	<p>Usvojiti predlog pod a) Brisati stav 3. Usvojiti predlog pod b) Poslije stava 4 (sada stava 3) člana 6 dodati dva ova stava koja glase:</p> <p>(1) U televizijskom programu:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. pisano i zvučno obavještenje i upozorenje iz stava 3 ovog člana se emituje na kraju oglasa u vidu grafike sa tekstom sljedeće sadržine: „Licima koja nijesu navršila 18 godina života zabranjeno je učestvovanje u igrama na sreću. Igre na sreću mogu izazvati zavisnost“. b. oglašavanje usluga igara na sreću mora biti jasno označeno, vizuelnim simbolom koji predstavlja crni krug sa bijelim brojem 18+, koji mora biti jasno vidljiv i koji se emituje u gornjem uglu ekrana, nasuprot uobičajenom mjestu identifikacionog znaka medija, tokom cijelog trajanja oglasnog sadržaja. <p>(2) U radijskom programu obavještenje i upozorenje iz stava 4 ovog člana se emituje na kraju oglasa i čini ga tekst sljedeće sadržine: „Licima koja nijesu navršila 18 godina života zabranjeno je učestvovanje u igrama na sreću. Igre na sreću mogu izazvati zavisnost“.</p>

**Primjedbe i sugestije
na Predlog pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama**

R.br.	Član	Podnosilac predloga	Predlog	Odgovor Savjeta Agencije
3.	Član 30	Asocijacija komercijalnih emitera Crne Gore	<p>U članu 30 stav 3 broj „20“ zamijeniti brojem „15“, da ne bi došlo do raspoređivanja 9 minuta oglasa u dva oglasna bloka. Treći blok po Predlogu pravilnika nije moguć zbog 5 minuta informativne i kratkih formi na početku sata, što je u praksi sa radio emitovanjem:</p> <p><i>„Ako se programski sadržaji prekidaju emitovanjem oglasa, između dva bloka emitovanja oglasa mora proći najmanje 15 minuta, osim u programima koji se sastoje od posebnih djelova, ili sadrže prirodne prekide, za koje je umetanje oglasa posebno regulisano ovim Pravilnikom.“</i></p>	<p>Usvojiti predlog:</p> <p>Predvidjeti da je min razmak između oglasnih blokova 20 minuta u Tv programima a 15 minuta u radijskim programima.</p> <p><i>„Ako se programski sadržaji prekidaju emitovanjem oglasa, između dva bloka emitovanja oglasa mora proći najmanje 15 minuta u radijskim odnosno 20 minuta u televizijskim programskim sadržajima, osim u sadržajima koji se sastoje od posebnih djelova, ili sadrže prirodne prekide, za koje je umetanje oglasa posebno regulisano ovim Pravilnikom.“</i></p>
4.	Član 6 stav 1	„Oki Air Broadcasting“ d.o.o.	<p><i>Tumačenje:</i> Da li se može objasniti šta podrazumijeva oglašavanje igara na sreću u praktičnom smislu, tj. kako bi trebalo da izgleda/zvuči jedan reklamni spot za oglašavanje priređivača igara na sreću odnosno oglašavanje igara na sreću?</p> <p>Da li tačka a) podrazumijeva samo isticanje naziva sportske kladionice dok se tačka b) odnosi na sadržajiniji reklamni spot?</p>	<p>Pojašnjenje:</p> <p>Član 6 stav 1 tačka a) ovog Pravilnika podrazumijeva da je dozvoljeno da priređivači igara na sreću istaknu svoj logo bez pozivanja na učešće u igrama na sreću.</p> <p>Član 6 stav 1 tačka b) ovog Pravilnika podrazumijeva da oglas može sadržati osim naziva priređivača igara na sreću i opis usluge koju nudi/organizuje, npr. vrsta igre na sreću i njene karakteristike.</p>
5.	Član 6 stav 3	„Oki Air Broadcasting“ d.o.o.	<p>Imajući u vidu da se emiteri većinski finansiraju od oglašavanja (osim pojedinačnih projekata Fonda za podsticanje pluralizma medija) a da su upravo priređivači igara na sreću jedni od najboljih klijenata, vremensko ograničavanje oglašavanja njihovih usluga direktno utiče ne funkcionisanje i znatno će umanjiti prihode. Predlažu da se vremenski okvir koriguje.</p>	<p>Usvojiti predlog.</p> <p>Rješenje donijeto po uzoru na prakse evropskih zemalja (Poljska, Španija). Direktiva o AVM uslugama 2018, u uvodnoj tački 30 kaže: <i>„Važno je da maloljetnici budu učinkovito zaštićeni od izlaganja audiovizuelnim komercijalnim komunikacijama koje se odnose na promociju kockanja.“</i></p>
6.	Član 8 stav 1	„Oki Air Broadcasting“ d.o.o.	<p>Obrazac o oglašavanju sadrži dosta ličnih podataka (matični br., br. lične karte) i sigurno će biti problema sa pribavljanjem tih podataka, tj. popunjavanjem ovog obrazca od strane oglašivača i lica koje je naručilo reklamu. Danas se komunikacija odvija brzo i klijenti nemaju toliko vremena da ispunjavaju ovakve obrazce.</p>	

**Primjedbe i sugestije
na Predlog pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama**

R.br.	Član	Podnosilac predloga	Predlog	Odgovor Savjeta Agencije
7.	Član 12 stav 4	„Oki Air Broadcasting“ d.o.o.	<i>Tumačenje:</i> Da li znači da voditelj koji čita vijesti na radiju ne može davati glas za reklame ili samo podrazumijeva da to lice ne može biti akter nekog reklamnog spota koji targetira promociju određene usluge ili proizvoda?	Član 12 stav 4 ovog Pravilnika predviđa da voditelji koji redovno nastupaju u informativnim emisijama (poput dnevnika, vijesti i sl.) ili programima o aktualnim društveno-političkim događajima ne mogu „pozajmljivati“ glas ili biti akter oglasnog sadržaja.
8.	Član 20 stav 4	„Oki Air Broadcasting“ d.o.o.	Odredba stava 4 člana 20 Predloga pravilnika („Zdravstvene ustanove mogu oglašavati isključivo: naziv zdravstvene ustanove, djelatnost, adresu i telefon kao i radno vrijeme“) je „ <i>ograničavajuća i trebalo bi je prilagoditi u smislu sadržaja, jer je važno da slušaoci dobiju detaljnije podatke o medicinskim uslugama</i> “. <i>„Reklama koja sadrži samo ove podatke nije efektivna za klijenta zdravstvene ustanove jer je njihov cilj upravo promocija usluge pregleda pojedinih ljekara.“</i>	Odbiti predlog. Članom 68 stav 10 Zakona o AVMU je propisano: „Zabranjene su komercijalne audiovizuelne komunikacije kojima se oglašavaju metode i postupci liječenja.“
9.	Član 6 Stav 2	Privredno društvo „SIKS“ d.o.o.	Stav 2 člana 6 revidirati da glasi: <i>(2) Oglašavanje igara na sreću ne smije da:</i> a) prikazuje učešće u igrama na sreću kao garantivani način postizanja finansijskog uspjeha, društvenog statusa ili rješavanja životnih problema, niti na način da umanjuje rizike od gubitaka ili potencijalne negativne posljedice igranja; b) podstiče povećanje učestalosti igranja, iznose uloga ili kontinuirano učestvovanje radi povratke gubitka, niti smije ukazivati da je neprekidno igranje neophodno za ostvarenje dobitaka; c) targetira maloljetnike kroz sadržaje, jezik, simbole ili druge oblike koji su privlačni ovoj grupi; d) uključuje javne ličnosti, influensere, sportiste ili druge osobe koje imaju značajan uticaj na maloljetnike, osim kada je cilj promocija odgovornog igranja;	Djelimično Usvojiti predlog, u dijelu koji se odnosi na tačke a) i b) stava 2 člana 6 tako da se one primijene da glase: <i>a) učešće u igrama na sreću predstavlja kao poželjno ili pozitivno;</i> <i>b) podstiče prekomjerno učešće u igrama na sreću, promovisanjem učestalog igranja, iznosa potrošnje ili drugog ponašanja koje može uticati na razvoj bolesti zavisnosti ili štete;</i>

**Primjedbe i sugestije
na Predlog pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama**

R.br.	Član	Podnositelj predloga	Predlog	Odgovor Savjeta Agencije
			e) emituje oglasne sadržaje u programima namjenjenim maloljetnicima ili neposredno prije i poslije njih, kao i tokom formalnih ceremonija, vjerskih sadržaja itd;	
10.	Član 6 stav 3	Privredno društvo „SIKS“ d.o.o.	Brisati stav 3 kojim se uvodi ograničenje za oglašavanje usluga igara na sreću u radijskim i televizijskim programima u vremenu od 06:00 do 22:00 sata. Smatraju da se radi o „prekoračenju zakonskog okvira putem podzakonskog akta“	Usvojiti predlog.
11.	Član 6 st. 8 i 9	Privredno društvo „SIKS“ d.o.o.	Revidirati ograničenje za učešće poznatih ličnosti u oglašavanju igara na sreću. Predlažu da se brišu st. 8 i 9 člana 6 i da se stav 2 člana 6 dopuni alinejom koja glasi: „...) uključuje javne ličnosti, influensere, sportiste ili druge osobe koje imaju značajan uticaj na maloljetnike, osim kada je cilj promocija odgovornog igranja;“	Usvojiti predlog (djelimično) Stav 9 člana 6 izmijeniti da glasi: <i>„(9) Zabranjeno je u svrhu oglašavanja igara na sreću koristiti profesionalne sportiste i ostale poznate ličnosti koje imaju značajan uticaj među maloljetnicima i mladima, osim kada je cilj ukazivanje na štetne posljedice kladjenja i kockanja, odnosno značaj prevencije bolesti zavisnosti“.</i>
12.	Član 6 stav 3	Privredna društva „Nova M“ d.o.o i „TV Vijesti“ d.o.o.	Brisati stav 3 člana 6 Predloga pravilnika. Navedeno ograničenje bi značajno opteretilo crnogorske emitere, čiji je jedan od značajnih izvora prihoda oglašavanje igara na sreću, i kao takvo je suprotno i evropskim tendencijama brige o održivosti poslovanja medija.	Usvojiti predlog.
13.	Član 19 stav 1 tačka b)	Privredna društva „Nova M“ d.o.o i „TV Vijesti“ d.o.o.	Tačku b) stava 1 člana 19 Predloga pravilnika promijeniti da glasi: „prikazivanje logotipa sponzora emitera tokom emitovanja dječijih programa“ <i>Predložena obaveza u Predlogu pravilnika nije u skladu sa članom 79 stav 3 Zakona o AVM uslugama, u kojem kaže da „nije dozvoljeno prikazivanje logotipa sponzora tokom emitovanja dječijih programa i vjerskih programa“.</i>	Usvojiti predlog. Tačku b) stava 1 člana 19 Predloga pravilnika promijeniti da glasi: <i>„b) prikazivanje logotipa sponzora emitera tokom emitovanja dječijih programa“.</i>
14.	Član 23 stav 2 tačka a)	Privredna društva „Nova M“ d.o.o i „TV Vijesti“ d.o.o.	Brisati tačku a) stava 2 člana 23 Predloga pravilnika , koja se odnosi na zabranu oglašavanja alkoholnih pića sa sadržajem alkohola većim od 15%. Poslije stava 3 dodati novi stav koji glasi:	Usvojiti predlog. Brisati stav 2 člana 23.

**Primjedbe i sugestije
na Predlog pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama**

R.br.	Član	Podnositelj predloga	Predlog	Odgovor Savjeta Agencije
			<p>„Pružaoци AVM dužni su da uspostave pravila ponašanja u pogledu neprimjerenih audiovizuelnih komercijalnih komunikacija u vezi sa alkoholnim pićima, posebno vodeći računa o smanjenju izloženosti maloljetnika ovim sadržajima.“</p> <p><i>„Propisivanjem zabrane oglašavanja alkoholnih pića sa sadržajem alkohola većim od 15%, Savjet je otišao korak dalje od zabrane propisane zakonom te uveo stroža ograničenja podzakonskim aktom, budući da Zakon nigdje ne uvodi koji postotak alkohola mora biti sadržan u alkoholnim pićima da bi njihovo oglašavanje bilo zabranjeno, a dodatno je zanemarena i obaveza promocije koregulacije i samoregulacije kao mehanizama za uređenje ovih pitanja.“</i></p>	<p>Članom 70 stav 1 Zakona o AVM uslugama je propisano da „komercijalne audiovizuelne komunikacije koje promoviraju alkoholna pića ne smiju da:</p> <p>1) budu usmjerene isključivo na maloljetnike, a posebno da prikazuju maloljetnike koji konzumiraju ta pića;</p> <p>5) podstiču neumjereno konzumiranje alkohola ili prikazuju uzdržavanje od ili umjerenost u konzumiranju alkohola u negativnom smislu;</p> <p>6) ističu visok procenat alkohola kao pozitivno svojstvo pića.“</p>
15.	Član 31 stav 2	Privredna društva „Nova M“ d.o.o i „TV Vijesti“ d.o.o.	<p>Brisati stav 2 člana 31 Predloga pravilnika.</p> <p>Ova odredba nije u skladu sa definicijom TV insertera, koja predviđa grafički identitet ovakve vrste oglasne poruke, ali ne predviđa ograničenje na slogan i/ili logo. Oglasna poruka trajanja 7 sekundi može sadržati više elemenata od loga i slogana oglašivača, te je ovakva restrikcija nejasna. Takođe, direktno ugrožava prihode pružalaca AVM usluga budući da neće predstavljati atraktivan oglasni proizvod, imajući u vidu član 33 Predloga Pravilnika.</p>	<p>Odbiti predlog.</p> <p>Imajući u vidu da se TV inserter odnosi na oglasnu poruku koja se emituje uporedo sa programskim sadržajem koji je u toku, odnosno ne prekidajući njegov kontinuitet, nelogično je očekivati da se emituje bilo što osim naziva brenda, loga ili slogana. Nije praksa, niti je dopustivo, da se npr. tokom filmskog programa u uglu ekrana emituje cijela oglasna poruka.</p>
16.	Član 42 stav 2	Privredna društva „Nova M“ d.o.o i „TV Vijesti“ d.o.o.	<p>Brisati stav 2 člana 42 Predloga pravilnika.</p> <p>Navedena odredba je direktno suprotna obavezi čuvanja povjerljivosti i poslovne tajne koju pružaoци AVM usluga imaju sa svojim klijentima, a da pri tom ne postoji opravdan interes da se ova obaveza naruši.</p>	<p>Usvojiti predlog.</p> <p>Brisati stav 2 člana 42.</p>
17.	Član 6 stav 3	Privredno društvo „Jumedia mont“ d.o.o	<p>Odložiti usvajanje odredbe (stav 3 člana 6) kojom se uvodi ograničenje za oglašavanje usluga igara na sreću u radijskim i televizijskim programima u vremenu od 06:00 do 22:00 sata, do usvajanja Zakona o igrama na sreću.</p> <p>Smatraju:</p> <p>- da je ograničenje široko i da ne bi trebalo emiterima postavljati zabranu oglašavanja ove vrste u bilo kom terminu.</p>	<p>Usvojiti predlog.</p>

**Primjedbe i sugestije
na Predlog pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama**

R.br.	Član	Podnosilac predloga	Predlog	Odgovor Savjeta Agencije
			- <i>komercijalnim radio stanicama mora biti omogućeno oglašavanje ovakve vrste, bez obzira na vrstu programa koji emituju (poštujući ograničenja za emisije za maloljetnike, kao i ograničenja da se za oglašavanje ne koriste profesionalni sportisti i poznate ličnosti).</i>	
18.	Član 6	Privredno društvo „Telemach Crna Gora“ d.o.o.	<p>U članu 6 Predloga pravilnika, kao ni u ostatku teksta Predloga pravilnika gdje se označavaju nedozvoljeni sadržaji, ne postoji tekst kojim bi se regulisao način postupanja distributera linearnih AVM usluga koji u svojoj ponudi imaju emitere iz drugih država u kojima ova pravila još uvijek ne postoje.</p> <p>Postavlja se pitanje na koji način će biti tretirano emitovanje takvih sadržaja od strane emitera iz zemalja regiona koji se distribuiraju putem kablovskih mreža ili OTH platformi u CG?</p> <p>Predlogom pravilnika neohodno je riješiti ovo pitanje na način da se daju jasne i precizne smjernice u pogledu postupanja distributera.</p> <p>U situacijama kada se radilo o emitovanju spornih rijaliti sadržaja Agencija je smatrala da je obaveza distributera da zatamne, odnosno onemoguće emitovanje ovakvih sadržaja. Ukoliko bude zauzet isti stav i u ovom slučaju, smatramo da će u praksi ovo biti nemoguće sprovesti u dijelu zbog:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zatamnjenje se vrši na osnovu programske šeme (EPG), dok se reklamni blokovi u najvećem slučaju ne navode, i ako budu navedeni, reklamni blok nikada nije isključivo sačinjen od oglašavanja igara na sreću, što bi podrazumijevalo da se jedan dio ekrana zatamni, a drugi ne. - Svaki kanal bi iziskivao jednog zaposlenog čiji bi isključivi zadatak bio praćenje reklamni sadržaja i primjene mjere zatamljivanja, što je apsurdno zbog broja kanala koji čine ponudu. - Mjeru zatamnjenja sadržaja nije tehnički moguće primjeniti odmah kada se sporni sadržaj emituje, već je potrebno da prođe dva, tri minuta od momenta aktivacije 	Na strane programe primjenjuju se pravila koja važe za prekogranično emitovanje.

Primjedbe i sugestije
na Predlog pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama

R.br.	Član	Podnosilac predloga	Predlog	Odgovor Savjeta Agencije
			<p>do primjene mjere, što je čini neupotrebljivom u situacijama kada reklama traje po nekoliko sekundi i stvorilo bi tehničke probleme.</p> <ul style="list-style-type: none">- Primjena mjera cjelodevnog pinovanja na sportskim kanalima i prilikom praćenja gledanih sadržaja predstavlja izuzetni loše korisničko iskustvo i u značajnoj mjeri bi smanjili atraktivnost emitovanog sadržaja.	