



Crna Gora

SAVJET AGENCIJE ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE

Broj: UP II 01-043/25-5/2

Podgorica, 23.06.2025. godine

Na osnovu čl. 143 stav 1 tač. 17 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama („Sl. list Crne Gore“ br. 54/24) i čl. 126 stav 4 Zakona o upravnom postupku („Sl. list Crne Gore“, br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), rješavajući po žalbi Javnog preduzeća „Radio i Televizija Crne Gore“ iz Podgorice (zavedenoj kod Agencije za audiovizuelne medijske usluge pod br. UP II 01-043/25-5/1 od 26.05.2025. godine), koje zastupa generalni direktor Boris Raonić, Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge, na sjednici održanoj 23.06.2025. godine, donio je

RJEŠENJE

1. **Odbija se kao neosnovana**, žalba Javnog preduzeća „Radio i Televizija Crne Gore“ iz Podgorice, emitera opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ (zavedena kod Agencije za audiovizuelne medijske usluge pod broj UP II 01-043/25-5/1 od 26.05.2025. godine) i potvrđuje prvostepeno Rješenje Agencije za audiovizuelne medijske usluge broj UP I 04-043/25-93/5 od 07.05.2025. godine.
2. Ovo Rješenje će se objaviti na internet stranici Agencije za audiovizuelne medijske usluge www.amu.cg.
3. Protiv ovog Rješenja može se pokrenuti upravni spor pred Upravnim sudom Crne Gore.
4. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

Obrazloženje

Rješenjem Agencije za audiovizuelne medijske usluge (u daljem tekstu: „Agencija“) br. UP I 04-043/25-93/5 od 07.05.2025. godine, Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crne Gore“ iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“, (u daljem tekstu: „Emiter“) izrečeno je upozorenje, kao upravno-nadzorna mjera zbog kršenja odredbi člana 68 stav 2, 72 stav 1 i 77 stav 1 tačka 2 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: „Zakon“) i član 25 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama („Sl. list CG“, br. 121/24, u daljem tekstu: „Pravilnik“), jer je dana 05. aprila 2025. godine, u periodu od 16:25:19 do 16:53:57 sati, tokom emitovanja emisije „*Sanjajte sa nama Crnu Goru*“, omogućio prikriveno oglašavanje i vršio posebno promotivno upućivanje na robu i usluge sponzora.

Tačkom 3 pobijanog Rješenja emiteru je naloženo da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ sa standardima definisanim u Zakonu o audiovizuelnim medijskim uslugama i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Tačkom 4 pobijanog Rješenja emiteru je naloženo da u okviru televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“, u skladu sa članom 181 stav 3 Zakona o audiovizuelnim medijskim

uslugama, u programskom sadržaju „Sanjajte sa nama Crnu Goru“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 pobijanog Rješenja.

Emiter je blagovremeno izjavio žalbu protiv prvostepenog Rješenja Agencije br. UP I 04-043/25-93/5 od 07.05.2025. godine (zavedena kod Agencije pod br. UP II 01-043/25-5/1 od 26.05.2025. godine).

U žalbi se u bitnom navodi da je „programski sadržaj pod nazivom 'Sanjajte sa nama Crnu Goru', u okviru kojeg su prikazane prirodne ljepote Žabljaka, planine Durmitor i Crnog jezera, sadržaj produkcijske kuće 'Boka F', koji je rađen u koprodukciji sa 'LH marketing' i emitovan na 'Prvom programu Televizije Crne Gore'."

Navodi se i da su pomenuti sadržaj podržali generalni sponzori: „EPCG“, „Rokšped Auto Centar“ d.o.o., „Water Group“ d.o.o., „Cozmetics“, „Air Montenegro“, „Plantaže“, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede“, „Porsche leasing“, Ministarstvo turizma, odnosno prijatelji emisije: Turistička organizacija Žabljak, Turistički centar „Durmitor“ i „Paradiso“.

Podnosilac žalbe dalje navodi i da je članom 2 stav 1 tačka 21 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama propisano da je „sponzorisani sadržaj programski ili korisnički video sadržaj čije troškove ili dio troškova proizvodnje plaća sponzor u cilju promocije sopstvenog ili tuđeg proizvoda ili usluge, robne marke, imidža, aktivnosti i bilo kojeg drugog direktnog ili indirektnog komercijalnog interesa“, te da je u skladu sa tim „sadržaj emisije zamišljen kao informativan, sa ciljem promocije turizma u odnosnoj regiji“, a da je „promocija sponzora integrisana na način koji ne narušava sam sadržaj."

Ističe i da je generalni sponzor pružio značajnu finansijsku podršku koja je omogućila da se obogati sadržaj i obezbijedi kvalitetna produkcija, a da je isti „za uzvrat dobio priliku za marketinške aktivnosti, a sve u cilju isključive promocije lokalnih turističkih sadržaja."

Dalje se žalbom ukazuje da je na početku sadržaja, prije najavne špice, emitovano, na punom ekranu, obavještenje sadržine „Program koji slijedi sadrži plasman proizvoda“, uz istovremeno čitanje od strane spikera „Ovaj program sadrži plasman proizvoda“, dok je na kraju sadržaja, prije odjavne špice, emitovano obavještenje o postojanju sponzora programa i to: „EPCG“, Rokšped Auto Centar“ d.o.o., „Water Group“ d.o.o., „Cozmetics“, „Air Montenegro“, „Plantaže“, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede“, „Porsche leasing“, Ministarstvo turizma, odnosno prijatelji emisije: Turistička organizacija Žabljak, Turistički centar „Durmitor“ i „Paradiso“.

Podnosilac žalbe ističe da je na navedeni način gledaocima omogućeno da budu svjesni ko sponzorise sadržaj, odnosno da je ispoštovana transparentnost prema gledaocima („gledaoci su informisani o komercijalnim interesima"), što je kako navodi u skladu sa članom 37 stav 1 tačka f) kojim je propisano da „sponzorisani programski sadržaj mora biti, na način primjeren određenoj AVM usluzi, jasno označen imenom, odnosno nazivom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov proizvod ili usluge ili prepoznatljiv znak, obavezno na početku i na kraju, a može i tokom programskog sadržaja."

U konačnom predloženo je Agenciji da „preispita svoju odluku i ukine upozorenje koje je izrečeno Rješenjem prvostepenog organa."

Na sjednici održanoj 23.06.2025. godine, Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge (u daljem tekstu: „Savjet Agencije“) je razmotrio predmetnu žalbu i spise predmeta, i tom prilikom ostvario uvid u sljedeće akte:

- Anonimni prigovor na rad emitera (akt zaveden kod Agencije pod br. UP I 04-043/25-93/1 od 14.04.2025. godine);
- Nalaz Sektora za nadzor Agencije (akt br. UP I 04-043/25-93/2 od 15.04.2025. godine);
- Odluku o pokretanju postupka nadzora po službenoj dužnosti (akt br. UP I 04-043/25-93/3 od 15.04.2025. godine)
- Zahtjev za izjašnjenje upućen emiteru (akt br. UP I 04-043/25-93/4 od 15.04.2025. godine);
- Rješenje direktorice Agencije (akt br. UP I 04-043/25-93/5 od 07.05.2025. godine) i
- Žalbu emitera (akt zaveden kod Agencije pod br. UP II 01-043/25-5/1 od 26.05.2025. godine).

Razmatrajući osnovanost žalbenih navoda, a na osnovu informacija i navoda sadržanih u spisima predmeta, Savjet Agencije je konstatovao sljedeće:

- 1) Dana 14. aprila 2025. godine, Agenciji je dostavljen anonimni prigovor na rad emitera, kao javnog emitera opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ (akt zaveden kod Agencije pod br. UP I 04-043/25-93/1 od 14.04.2025. godine). Polazeći od navedenog prigovora, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je prigovor osnovan, odnosno da li je došlo do kršenja člana 68 stav 2 Zakona i izdatog Odobrenja za emitovanje br. O-TV-J-01. Po tom osnovu Sektor za nadzor Agencije sačinio je nalaz br. UP I 04-043/25-93/2 od 15.04.2025. godine. Imajući u vidu da je predmetni prigovor sadržao elemente koji ukazuju na moguće kršenje Pravilnika, radi utvrđivanja okolnosti i činjenica od značaja za donošenje odluke o odgovornosti emitera za povredu Pravilnika i potrebe izricanja određene upravno-nadzorne mjere, Agencija je donijela odluku o pokretanju postupka nadzora po službenoj dužnosti (akt br. UP I 04-043/25-93/3 od 15.04.2025. godine).
- 2) U cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornog programskog sadržaja došlo do kršenja Zakona, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. UP I 04-043/25-93/4 od 15.04.2025. godine).
- 3) U ostavljenom roku emiter nije dostavio traženo Izjašnjenje.
- 4) Odredbom člana 67 stav 1 Zakona propisano je da komercijalna audiovizuelna komunikacija može biti u obliku: oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda.
- 5) Odredbom člana 67 stav 2 Zakona predviđeno je da oglašavanje podrazumijeva emitovanje bilo kojeg oblika obavještenja određenog pravnog ili fizičkog lica uz određenu naknadu ili radi samopromovisanja, a koje ima za cilj da predstavi i skrene pažnju na određeni proizvod ili uslugu tog pravnog ili fizičkog lica, uključujući nepokretnosti, prava i obaveze, odnosno koje ima za cilj da motiviše potrošače da koriste, odnosno kupe taj proizvod ili uslugu, uz finansijsku naknadu.
- 6) Odredbom člana 67 stav 4 Zakona i člana 2 stav 1 tač. 19 Pravilnika predviđeno je da je sponzorstvo komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva svaki doprinos

fizičkog ili pravnog lica koje nije uključeno u pružanje AVM usluge, usluge platforme za razmjenu video sadržaja ili u proizvodnju audiovizuelnih djela, u finansiranje te AVM usluge, usluge platforme za razmjenu video sadržaja, korisničkih video sadržaja ili programskih sadržaja, s ciljem da promoviše svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge.

- 7) Odredbom člana 67 stav 5 Zakona i člana 2 stav 1 tač. 22 Pravilnika propisano je da je plasman proizvoda komercijalna audiovizuelna komunikacija koja se sastoji od uključivanja ili pominjanja nekog proizvoda, usluge ili pripadajućeg zaštitnog znaka tako da se on prikazuje u programskom sadržaju ili korisničkom video sadržaju, uz određenu finansijsku ili sličnu naknadu.
- 8) Odredbom člana 68 stav 1 Zakona predviđeno je da komercijalne audiovizuelne komunikacije moraju biti lako prepoznatljive.
- 9) Odredbom člana 68 stav 2 propisano je da su zabranjene prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.
- 10) Odredbom člana 6 stav 1 tač. 13 Zakona i član 2 stav 1 tač. 9 Pravilnika prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija je definisana kao predstavljanje riječima ili slikama robe, usluga, imena, zaštitnog znaka ili aktivnosti proizvođača roba ili pružaoca usluga u radijskim i/ili televizijskim programima kad je cilj takvog predstavljanja oglašavanje i moglo bi dovesti javnost u zabludu u vezi sa njegovom prirodom. Takvo se predstavljanje smatra namjernim ako je izvršeno u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu.
- 11) Odredbom člana 9 stav 1 Pravilnika propisano je da će se predstavljanje prikrivenim komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama smatrati namjernim ukoliko je izvršeno u zamjenu za novčanu nadoknadu ili sličnu protivuslugu.
- 12) Odredbom člana 72 stav 1 Zakona i člana 25 stav 1 Pravilnika propisano je da radijsko i televizijsko oglašavanje i telešoping moraju biti lako prepoznatljivi i audio i/ili vizuelno i/ili prostorno odvojeni od ostalih programskih sadržaja.
- 13) Odredbom člana 77 stav 1 tač. 2 Zakona propisano je da prilikom sponzorisanja programskih sadržaja pružalac AVM usluga mora ispunjavati, između ostalog, uslov da ne smije direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje roba ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.
- 14) Nakon pažljivog razmatranja navoda iznijetih u žalbi, te uvida u nalaz Sektora za nadzor Agencije (akt br. UP I 04-043/25-93/2 od 15.04.2025. godine), drugostepeni organ je našao da je postupak koji je prethodio donošenju osporenog rješenja, sproveden u skladu sa pravilima postupka, činjenično stanje je pravilno i potpuno utvrđeno i na isto je pravilno primijenjeno materijalno pravo. O svemu tome osporeno rješenje sadrži jasne i opravdane razloge, tako da se neosnovano navodima žalbe osporava njegova zakonitost.
- 15) Navodima da je sadržaj emisije „Sanjajte sa nama Crnu Goru“, emitovan dana 05. aprila 2025. godine, u periodu od 16:25:19 do 16:53:57 na „Prvom programu Televizije Crne Gore“ isključivo informativnog karaktera, usmjeren na promociju turizma u odnosnoj regiji, i da je *prisustvo promotivnih poruka sponzora „integrisano na način koji ne narušava sam sadržaj“*, emiter upravo sam potvrđuje da su određeni segmenti pomenute emisije bili posebno posvećeni promotivnom prikazu roba i usluga određenih subjekata - sponzora, što prelazi granice sponzorstva i ulazi u domen oglašavanja.

Naime, kod spozorstva promocija sponzora treba biti posredna i ograničena samo na identifikaciju - označavanje sponzora. Što znači da identifikacija odnosno označavanje sponzora ne smije da sadrži promotivne elemente koje uobičajno sadrže oglasi.

Cilj sponzorstva nije da se reklamiraju proizvodi i usluge, već da gledaoci budu obaviješteni ko je podržao realizaciju programa. U tom smislu sponzor ne smije da utiče na emitovani sadržaj ili uređivačku politiku njenog organizovanja.

Kod sponzorstva je dakle, dozvoljeno primjereno i diskretno označavanje sponzora, bez posebnog upućivanja na njihove usluge što u konkretnom nije slučaj, obzirom da su određeni segmenti pomenute emisije bili posebno posvećeni promotivnom prikazu roba i usluga određenih subjekata. Preciznosti radi, promotivni elementi opazuju se prilikom emitovanja određenih segmenata emisije u kojima je prikazan restoran „Durmitorsko sijelo“ (kroz panoramske kadrove, unutrašnjost objekta, naziv restorana i prikaz gastronomske ponude), automobil marke „Volkswagen“ uz natpis „Novi Caddy“ (uz jasno i više puta istaknut logo), avio-kompanija „Air Montenegro“ (uz prikaz brošura u rukama jednog od putnika kao i web sajta kompanije), kao i način korišćenja aplikacije „Cosmetics marketa“.

Na navedeni način gledaoci su bili izloženi promovisanju proizvoda i usluga određenih subjekata, bez jasne oznake da je riječ o oglašavanju, čime je emiter prešao granice i prekršio pravila koja važe za spozorstvo i ušao u domen oglašavanja.

- 16) Sa druge strane, prilikom emitovanja određenih segmenata emisije (npr. voditelji piju vodu „Suza“, voditelji prolaze pored table na kojoj je naznačen logo i naziv „EPCG“) plasman proizvoda odnosno usluga koji se ostvaruje kroz integrisanje proizvoda ili usluge u sam sadržaj (predstavljajanje na način koji je prirodan priči, radnji ili okruženju) i oslanja se na to da gledaoci sami primijete upotrebu proizvoda ili korišćenje usluge.
- 17) Ovaj organ takođe nalazi da činjenica da je emiter u uvodnom dijelu emisije, prije najavne špice, na punom ekranu emitovao obavještenje da programski sadržaj „sadrži plasman proizvod“ uz istovremeno čitanje od strane spikera, kao i da je na kraju sadržaja, prije odjavne špice, emitovao obavještenje o postojanju sponzora programa/prijatelja emisije, ne oslobađa emitera odgovornosti za omogućavanje prikrivenog oglašavanja.
- 18) Po nalaženju ovog organa, prvostepeni organ pravilno zaključuje da je emiter propustio i da određene segmente programskog sadržaja označi kao telepromociju, iako je bilo jasno da voditelji posredno promovišu proizvode sponzora - boravkom u sponzorisanim objektima (restoranu „Durmitorsko sijelo“), korišćenjem usluga i isticanjem naziva i znakova određenih subjekata. Otežavajuću okolnost u konkretnom slučaju naročito predstavlja činjenica da je predstavljanje izvršeno u zamjenu za naknadu u vidu sponzorstva.
- 19) Po nalaženju ovog organa prikazivanje roba i usluga određenih subjekata - sponzora tokom trajanja emisije bilo je integrisano u urednički dio emisije na neutralan, ali namjeran način, čime je gledalac doveden u zabludu. Navedeni segmenti emisije imali su jasan promotivni karakter, sa ciljem da se podstakne svijest i interesovanje gledalaca za konkretne proizvode i usluge, što prevazilazi granice dozvoljenog sponzorstava i ulazi u domen oglašavanja.

- 20) Imajući u vidu prednje činjenično utvrđenje i okolnosti konkretnog slučaja, drugostepeni organ cijeni neosnovanim pozivanje emitera na odredbu člana 2 stav 1 tačka 21 Pravilnika, kojom se definiše pojam „sponzorisanog sadržaj“, u cilju opravdanja načina na koji je predmetna emisija koncipirana i realizovana.
- 21) U konačnom, na osnovu činjeničnog utvrđenja i gore citiranih zakonskih odredbi, po nalaženju ovog organa, pravilno je i zakonito prvostepeni organ postupio donošenjem pobijanog rješenja. Uvidom u priloženi nalaz Sektora za nadzor Agencije (akt br. UP I 04-043/25-93/2 od 15.04.2025. godine), drugostepeni organ utvrdio je da je prvostepeni organ pravilno ocijenio da se sponzorisani programski sadržaj ne smije koristiti za direktno podsticanje gledalaca na kupovinu ili korišćenje roba i usluga, a posebno ne kroz prikriveno oglašavanje. U konkretnom slučaju, utvrđeno je da je emiter prekoračio predviđene granice i postupio u suprotnosti sa propisanim odredbom člana 68 stav 2, 72 stav 1, 77 stav 1 tač. 2 Zakona i člana 25 stav 1 Pravilnika.

Na osnovu člana 126 stav 4 Zakona o upravnom postupku Savjet Agencije je odlučio kao u dispozitivu ovog Rješenja.

Ovo Rješenje će biti objavljeno na internet stranici Agencije za audiovizuelne medijske usluge www.amu.cg.

Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

PRAVNA POUKA

Ovo Rješenje je konačno i protiv njega se može pokrenuti spor pred Upravnim sudom Crne Gore u roku od 20 dana od dana prijema ovog Rješenja.

**Predsjednik
Savjeta Agencije za audiovizuelne medijske usluge**

dr Branko Bošković



Dostavljeno:

- Javno preduzeće „Radio i Televizija Crne Gore“
- Direktorica Agencije za audiovizuelne medijske usluge
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Sektor za nadzor
- Sektor za informacione-komunikacione tehnologije
- Sektor za opšte i međunarodne poslove
- Arhiva