



Crna Gora
AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE

Broj: UP I 04-043/25-136/3
Podgorica, 08.07.2025. godine

Na osnovu čl. 181 i 182 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama („Sl. list CG“, br. 54/24) i člana 18 Zakona o upravnom postupku („Sl. list CG“, br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po službenoj dužnosti, direktorica Agencije za audiovizuelne medijske usluge donosi

R J E Š E N J E

1. Privrednom društvu „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru opšteg radijskog programa „Radio DRS“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 19. maja 2025. godine:
 - 1) u periodu od 13:00 do 14:00, od 14:00 do 15:00, od 16:00 do 17:00, od 17:00 do 18:00 i od 18:00 do 19:00 časova prekoračio maksimalnu dozvoljenu kvotu oglašavanja po satu emitovanog programa,
 - 2) prekršio obavezu da oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i audio odvojeno od ostalih programskih sadržaja, uključujući pojedinačne oglase prije sponzoriranih programskih sadržaja ili segmenata,
 - 3) emitovao najave i odjave oglasnih blokova ili pojedinačnih oglasa (džingl) koje su bile kraće od 3 sekunde,
 - 4) u periodu od 7:00 do 8:00, od 8:00 do 9:00, od 9:00 do 10:00, od 10:00 do 11:00, od 13:00 do 14:00, od 14:00 do 15:00, od 15:00 do 16:00, od 17:00 do 18:00 i od 18:00 do 19:00 časova emitovao oglasne blokove koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od 15 minuta, i
 - 5) prilikom označavanja (identifikacije) sponzora prikazivao njegove oglasne poruke i emitovao identifikaciju koja se nije razlikovala od oglašavanja.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog kršenja:
 - a) zabrane da u programima komercijalnog emitera radijskog programa trajanje oglašavanja ne smije prelaziti devet minuta po satu emitovanog programa (član 76 st. 4 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama),
 - b) obaveze da oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i audio odvojeno od ostalih programskih sadržaja i uredničkih djelova programskog sadržaja, pri čemu najava i odjava oglasnog bloka ili pojedinog oglasa (špica, džingl) moraju biti emitovani na primjeren način i u primjerenom trajanju i to za oglašavanje na radiju minimalno 3 sekunde (član 25 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama („Sl. list CG“, br. 121/24)),
 - c) obaveze da ako se programski sadržaji prekidaju emitovanjem oglasa, između dva bloka emitovanja oglasa mora proći najmanje 15 minuta u radijskim programskim sadržajima (član 30 st. 3 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama),
 - d) obaveze da identifikacija sponzora mora biti neutralna i nezavisna od programskog sadržaja i mora se lako razlikovati od oglašavanja i telešopinga tako da oglašavanje i telešoping budu jasno odvojeni putem vizuelnih/grafičkih i zvučnih sredstava od drugih djelova sponzorisanog programskog sadržaja, kao i da se prilikom označavanja (identifikacije) sponzora ne smiju prikazivati njegovi oglasni ili telešoping spotovi ili poruke (član 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama).

3. Nalaže se privrednom društvu „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru radijskog programa „Radio DRS“, sa standardima definisanim u Zakonu o audiovizuelnim medijskim uslugama, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, je dužno da, u skladu sa članom 181 stav 3 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, u radijskom programu „Radio DRS“, u okviru u okviru informativne emisije u periodu od 8 do 15 sati, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja koja glasi:
5. *„Agencija za audiovizuelne medijske usluge je izrekla emiteru opšteg radijskog programa 'Radio DRS' upozorenje zbog toga što je dana 19. maja 2025. godine, u više navrata prekoračio maksimalnu dozvoljenu kvotu oglašavanja od devet minuta po satu emitovanog programa i emitovao oglasne blokove koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od 15 minuta. Pri tome, emiter je emitovao pojedinačne oglase koji nisu bili prepoznatljivi i audio odvojeni od programskih sadržaja, dok su najave i odjave oglasnih blokova emitovane u trajanju kraćem od propisanog.“*
6. Privredno društvo „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, je dužno da, u pisanoj formi i u roku od 24 sata od emitovanja, obavijesti Agenciju za audiovizuelne medijske usluge o načinu (sadržaj, datum i vrijeme) objavljivanja informacije o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja.
7. Protiv ovog Rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za audiovizuelne medijske usluge u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.
8. Ovo Rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za audiovizuelne medijske usluge www.amu.me.
9. Ovo Rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Na osnovu uvida u emitovane programske sadržaje opšteg radijskog programa „Radio DRS“, privrednog društva „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je dana 19. maja 2025. godine emitovao komercijalne AVM komunikacije (oglašavanje) koje je bilo u suprotnosti sa važećim propisima o oglašavanju (Nalaz Sektora za nadzor br. UP I 04-043/25-136/1 od 10.06.2025. godine).

Imajući u vidu navedeno, Agencija za audiovizuelne medijske usluge (u daljem tekstu: Agencija) je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja člana 76 st. 4 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Zakon), člana 25, 30 st. 3 i 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Pravilnik) i tačke 7.1. Odobrenja za emitovanje.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 177 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornog programskog sadržaja došlo do kršenja Pravilnika, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. UP I 04-043/25-136/2 od 11.06.2025. godine).

U ostavljenom roku emiter nije dostavio traženo izjašnjenje.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnog sadržaja došlo do kršenja propisanih standarda, Agencija je posebno imala u vidu sljedeće:

- 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 (član 67 stav 2 Zakona);
- članom 74 Zakona je propisano da se oglašavanje i telešoping spotovi emituju se u blokovima, kao i da se, izuzetno od tog pravila, odvojeni pojedinačni oglasni spotovi mogu emitovati u prenosima sportskih događaja i neposredno prije ili poslije sponzorisanih sadržaja.
- članom 76 stav 4 Zakona predviđeno je da u programima komercijalnog emitera radijskog programa trajanje oglašavanja ne smije prelaziti devet minuta po satu emitovanog programa;
- prema članu 25 Pravilnika, oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeno od ostalih programskih sadržaja i uredničkih djelova programskog sadržaja. Stavom 3 ovog člana propisano je da najava i odjava oglasnog bloka ili pojedinog oglasa (špica, džingl) moraju biti emitovani na primjeren način i u primjerenom trajanju i to za oglašavanje na televiziji

minimalno 5 sekundi, a za oglašavanje na radiju minimalno 3 sekunde. Istim članom (stav 4 i 5) propisano je da se najava odnosno odjava oglasnog bloka ili pojedinog oglasa na radiju moraju zasebno emitovati na početku odnosno na kraju bloka predviđenog za oglašavanje, pri čemu nije dozvoljeno preklapanje (fade in i fade out) sa sadržajima/segmentima koji prethode ili slijede, kao i da elementi najave odnosno odjave mogu biti uobičajene riječi (reklame, marketing, oglasi) ili uobičajene riječi u kombinaciji s muzikom;

- članom 30 stav 3 Pravilnika propisano je da ako se programski sadržaji prekidaju emitovanjem oglasa, između dva bloka emitovanja oglasa u radijskim programskim sadržajima mora proći najmanje 15 minuta.
- članom 37 stav 1 Pravilnika, definisano je da prilikom sponzorisanja programskih sadržaja pružalac AVM usluge mora ispunjavati sljedeće uslove:
 - identifikacija sponzora mora biti neutralna i nezavisna od programskog sadržaja i mora se lako razlikovati od oglašavanja i telešopinga tako da oglašavanje i telešoping budu jasno odvojeni putem vizuelnih/grafičkih i zvučnih sredstava od drugih djelova sponzorisanog programskog sadržaja;
 - prilikom označavanja (identifikacije) sponzora ne smiju se prikazivati njegovi oglasni ili telešoping spotovi ili poruke;
 - 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 prepoznatljivi znak, obavezno na početku i na kraju, a može i tokom programskog sadržaja.

Na osnovu uvida u snimak emitovanog programskog sadržaja, Agencija konstatuje sljedeće:

1. Emiter je dana 19. maja 2025. godine, u periodu od 00:00 do 24:00 sata, emitovao komercijalne AV komunikacije na sljedeći način:
 - 1) U periodu od 13 do 14 sati emitovane su komercijalne AV komunikacije u trajanju od 10 minuta 16 sekundi na način kako slijedi:
 - a. oglas od 13:00:00 do 13:00:26 (26 sekunde);
 - b. oglas od 13:00:49 do 13:01:05 (16 sekunda);
 - c. oglas od 13:06:20 do 13:06:49 (29 sekundi);
 - d. oglasni blok od 13:13:49 do 13:16:33 (2 minuta 44 sekunde);
 - e. oglas od 13:23:56 do 13:24:22 (26 sekundi);
 - f. oglasni blok od 13:32:54 do 13:35:39 (2 minuta 45 sekundi);
 - g. oglas od 13:43:00 do 13:43:25 (25 sekundi) i
 - h. oglasni blok od 13:50:42 do 13:53:27 (2 minuta 45 sekundi).
 - 2) U periodu od 14 do 15 sati emitovane su komercijalne AV komunikacije u trajanju od 09 minuta 48 sekundi na način kako slijedi:
 - a. oglas od 14:00:59 do 14:01:23 (24 sekunde);
 - b. oglas od 14:02:19 do 14:02:44 (25 sekund);
 - c. oglas od 14:03:08 do 14:03:24 (16 sekundi);
 - d. oglas od 14:03:38 do 14:04:13 (35 sekundi);
 - e. oglas od 14:12:47 do 14:13:16 (29 sekundi);
 - f. oglasni blok od 14:18:03 do 14:14:20:32 (2 minuta 29 sekundi);
 - g. oglasni blok od 14:40:36 do 14:43:12 (2 minuta 36 sekundi) i
 - h. oglasni blok od 14:50:57 do 14:53:31 (2 minuta 34 sekunde).
 - 3) U periodu od 16 do 17 sati emitovane su komercijalne AV komunikacije u trajanju od 10 minuta 29 sekundi na način kako slijedi:
 - a. oglas od 16:02:03 do 16:02:26 (23 sekunde);
 - b. oglas od 16:03:23 do 16:03:48 (25 sekundi);

- c. oglas od 16:04:12 do 16:04:28 (16 sekundi);
 - d. oglas od 16:04:43 do 16:05:16 (33 sekunde);
 - e. oglasni blok od 16:17:36 do 16:20:01 (2 minuta 25 sekundi);
 - f. oglas od 16:35:14 do 16:38:07 (2 minuta 53 sekunde);
 - g. oglas od 16:46:51 do 16:47:17 (26 sekundi);
 - h. oglasni blok od 16:51:26 do 16:54:15 (2 minuta 49 sekundi) i
 - i. oglas od 16:57:53 do 16:58:12 (19 sekundi).
- 4) U periodu od 17 do 18 sati emitovane su komercijalne AV komunikacije u trajanju od 10 minuta i 43 sekunde na način kako slijedi:
- a. oglas od 17:01:21 do 17:01:43 (22 sekunde);
 - b. oglas od 17:02:39 do 17:03:05 (26 sekundi);
 - c. oglas od 17:03:29 do 17:03:44 (15 sekundi);
 - d. oglasni blok od 17:11:49 do 17:14:19 (2 minuta 30 sekundi)
 - e. oglas od 17:25:48 do 17:26:17 (29 sekundi)
 - f. oglasni blok od 17:33:00 do 17:36:09 (3 minuta 9 sekundi)
 - g. oglas od 17:42:23 do 17:42:50 (27 sekundi)
 - h. oglasni blok od 17:46:37 do 17:49:24 (2 minuta 47 sekundi) i
 - i. oglas od 17:52:48 do 17:53:06 (18 sekundi).
- 5) U periodu od 18 do 19 sati emitovane su komercijalne AV komunikacije u trajanju od 10 minuta 06 sekundi na način kako slijedi:
- a. oglas od 18:00:46 do 18:01:09 (23 sekunde);
 - b. oglas od 18:02:05 do 18:02:31 (26 sekundi);
 - c. oglas od 18:02:56 do 18:03:24 (28 sekundi)
 - d. oglasni blok od 18:15:59 do 18:18:40 (2 minuta 41 sekund);
 - e. oglas od 18:25:51 do 18:26:18 (27 sekunde);
 - f. oglas od 18:33:40 do 18:18:34:09 (29 sekundi);
 - g. oglasni blok od 18:44:34 do 18:47:10 (2 minuta 36 sekundi) i
 - h. oglasni blok od 18:50:55 do 18:53:31 (2 minuta 36 sekundi).
- 6) U posmatranom periodu, emiter je, kao najavu sponzora (segmenta) programskog sadržaja, emitovao sljedeći oglasni sadržaj:
- „Prijatelj sklopljenih kazaljki ... neko misli na vas, virusi prehlada problem je već znan otežava disanje i san, kada kijaš ili teško dišeš pa i cveće ne smeš da mirišeš, stiže sprej za celu porodicu spas olakšava disanje za čas, nos ponovo diše i miriše, Snup - svako dobro Hemofarm, pre upotrebe detaljno proučiti uputstvo o indikacijama merama opreza i neželjenim indikacijama na lek posavetujte se sa lekarom ili farmaceutom “.
- Ovaj oglas, bez odgovarajuće najave i odjave, emitovan je u sljedećim terminima:
- a. od 08:43:38 do 08:44:07 (29 sekundi);
 - b. od 09:51:13 do 09:51:41 (28 sekundi);
 - c. od 10:55:23 do 10:55:22 (29 sekundi);
 - d. od 12:02:06 do 12:02:35 (29 sekundi);
 - e. od 13:06:20 do 13:06:49 (29 sekundi);
 - f. od 14:12:47 do 14:13:16 (29 sekundi) i
 - g. od 18:33:40 do 18:34:09 (29 sekundi).
- 7) U posmatranom periodu, emiter je, kao najavu sponzora (segmenta) programskog sadržaja „Stanje na putevima“, emitovao sljedeći oglasni sadržaj:

„Prijatelj stanja na putevima, Alegra vas vodi na krstarenje Mediteranom ... polasci iz Splita od maja do oktobra 067 641 164 ili na alegrakrstarenja.com Alegra”.

Ovaj oglas, bez odgovarajuće najave i objave, emitovan je u sljedećim terminima:

- a. od 08:01:27 do 08:01:43 (16 sekundi);
- b. od 09:01:35 do 09:01:50 (15 sekundi);
- c. od 10:01:45 do 10:02:01 (16 sekundi);
- d. od 11:02:25 do 11:02:39 (25 sekundi);
- e. od 13:00:49 do 13:01:05 (16 sekundi);
- f. od 14:03:08 do 14:03:24 (16 sekundi);
- g. od 15:02:33 do 15:02:48 (15 sekundi);
- h. od 16:04:12 do 16:04:28 (16 sekundi);
- i. od 17:02:39 do 17:03:44 (15 sekundi) i
- j. od 18:02:56 do 18:03:24 (28 sekundi).

- 8) U posmatranom periodu, emiter je, kao identifikaciju sponzora programskog sadržaja „Dnevni program”, emitovao sljedeći oglasni sadržaj:

„Prijatelj dnevnog programa, privatna internacionalna škola Maša, radimo po javno važećem planu i programu, imamo individualan pristup za svu djecu u manjim grupama i ograničen broj djece u odjeljenjima, obavljamo dvojezičnu nastavu po finskom modelu sve nastavne aktivnosti se završavaju u školi, privatna internacionalna škola Maša, 067 242 810 Dalamatinska ulica Podgorica”.

Ovaj oglas, bez odgovarajuće najave i objave, emitovan je u sljedećim terminima:

- a. od 10:30:19 do 10:30:47 (28 sekundi);
- b. od 11:34:09 do 11:34:37 (28 sekundi);
- c. od 12:24:46 do 12:25:14 (28 sekundi);
- d. od 13:23:56 do 13:24:22 (26 sekundi);
- e. od 15:24:31 do 15:24:58 (27 sekundi);
- f. od 16:46:51 do 16:47:17 (26 sekundi);
- g. od 17:42:23 do 17:42:50 (27 sekundi) i
- h. od 18:25:51 do 18:26:18 (27 sekundi).

- 9) U posmatranom periodu, emiter je, kao identifikaciju sponzora programskog sadržaja „Meteo izvještaj”, emitovao sljedeći oglasni sadržaj:

„Prijatelj meteo izvještaja, saloni namještaja Simpo, majska akcija, na kompletan asortiman čeka vas popust od 20 do 30 posto uz mogućnost kupovine od 24 do 36 rata bez kamate uz premijum karticu Hipotekarne banke ili viza šoping CKB banke, čekamo vas u Podgorici, Igalu, Radanovićima, Ulcinju i Nikšiću, za generacije koje ostvaruju svoje snove, saloni namještaja Simpo”. Nakon njega emitovana je kratka meteo prognoza.

Ovaj oglas, bez odgovarajuće najave i objave, emitovan je u sljedećim terminima:

- a. od 09:00:47 do 9:01:22 (25 sekundi);
- b. od 10:00:57 do 10:01:25 (28 sekundi);
- c. od 11:01:37 do 11:02:02 (25 sekundi);
- d. od 13:00:00 do 13:00:26 (26 sekundi);
- e. od 14:02:19 do 14:02:44 (25 sekundi);
- f. od 15:01:44 do 15:02:09 (25 sekundi);
- g. od 16:03:23 do 16:03:48 (25 sekundi) i
- h. od 18:02:05 do 18:02:31 (26 sekundi).

- 10) U posmatranom periodu, emiter je, kao identifikaciju sponzora programskog sadržaja „Bio prognoza“, emitovao sljedeći oglasni sadržaj:

„Osjećate li da je sezona alegrija ove godine počela ranije, ne mučite sebe, posjetite najbližu Benu apoteku i potražite savjet našeg farmaceuta, za proljeće bez alergija potražite savjet naših farmaceuta, vaše Benu apoteke“. Nakon njega emitovana je kratka bio prognoza.

Ovaj oglas, bez odgovarajuće najave i odjave, emitovan je u sljedećim terminima:

- a. od 7:30:20 do 7:30:40 (20 sekundi);
- b. od 13:43:00 do 13:43:25 (25 sekundi);
- c. od 15:44:04 do 15:44:23 (19 sekundi);
- d. od 16:57:53 do 16:58:12 (19 sekundi) i
- e. od 17:52:48 do 17:53:06 (18 sekundi).

- 11) Emiter je u sljedećim terminima prekidao programske sadržaje emitovanjem oglasa koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od petnaest minuta:

- a. od 07:25:29 do 07:26:48; od 07:30:20 do 07:30:40;
- b. od 08:31:47 do 08:34:21; od 08:43:38 do 08:44:07; od 8:52:03 do 08:53:43 i od 8:59:34 do 8:59:26.
- c. od 09:00:47 do 09:01:12; od 09:01:35 do 09:01:50; od 09:02:05 do 09:02:38; od 09:45:45 do 09:47:53 i od 9:51:13 do 9:51:41.
- d. od 10:03:16 do 10:04:00; od 10:04:20 do 10:05:00; od 10:18:25 do 10:18:56; od 10:21:49 do 10:26:14 i od 10:35:00 do 10:39:12.
- e. od 10:30:19 do 10:30:47; od 10:41:04 do 10:43:50 i od 10:50:32 do 10:52:46 i od 10:55:23 do 10:55:52.
- f. od 13:00:00 do 13:00:26; od 13:00:49 do 13:01:05; od 13:06:20 do 13:06:49; od 13:13:49 do 13:16:33; od 13:23:56 do 13:24:22; od 13:43:00 do 13:43:25 i od 13:50:42 do 13:53:27.
- g. od 14:40:36 do 14:43:12 i od 14:50 57 do 14:53:31.
- h. od 15:00:23 do 15:00:48; od 15:01:44 do 15:02:09; od 15:02:23 do 15:02:09; od 15:02:23 do 15:02:48; od 15:12:17 do 15:14:35; od 15:24:31 do 15:24:58; od 15:33:23 do 15:36:06; od 15:44:04 do 15:44:23 i od 15:52:32 do 15:54:54.
- i. od 17:01:21 do 17:01:43; od 17:02:39 do 17:03:05; od 17:03:29 do 17:03:44; od 17:11:49 do 17:14:19; od 17:25:48 do 17:26:17; od 17:33:00 do 17:36:09; od 17:42:23 do 17:49:24 i od 17:52:48 do 17:53:06.
- j. od 18:00:06 do 18:01:09; od 18:02:05 do 18:02:31; od 18:02:56 do 18:03:24; od 18:15:59 do 18:18:40; od 18:25:51 do 18:26:18; od 18:33:40 do 18:34:09; od 18:44:34 do 18:47:10 i od 18:50:55 do 18:53:31.

- 12) U posmatranom periodu, emitovane najave i odjave oglasnih blokova ili pojedinačnih oglasa (džingl) bile su kraće od 3 sekunde.

- 2. Ukupno oglašavanje, u terminu od 13:00 do 14:00, od 14:00 do 15:00, od 16:00 do 17:00, od 17:00 do 18:00 i od 18:00 do 19:00 časova, trajalo je duže od propisanih devet minuta po satu emitovanog programa. Prema tome, emiter je u više navrata tokom dana prekoračio maksimalno dozvoljenu kvotu trajanja oglašavanja po satu emitovanog programa propisanu članom 76 stav 4 Zakona.
- 3. Imajući u vidu propisani način označavanja oglasa / oglasnih blokova, može se zaključiti da emitovane najave i odjave, koje su trajale kraće od 3 sekunde, nijesu u skladu sa odredbama člana 25 Pravilnika. Ovaj član jasno propisuje da najava i odjava oglasnog bloka moraju biti emitovane na primjeren način i u trajanju koje omogućava jasno prepoznavanje oglašavanja, pri čemu je za radijsko emitovanje predviđeno minimalno trajanje od 3 sekunde. Pored toga, u pojedinim slučajevima je utvrđeno da oznake oglasnog bloka uopšte nisu bile emitovane.

4. Emiter je u više navrata, u periodu od 7:00 do 8:00, od 8:00 do 9:00, od 9:00 do 10:00, od 10:00 do 11:00, od 13:00 do 14:00, od 14:00 do 15:00, od 15:00 do 16:00, od 17:00 do 18:00 i od 18:00 do 19:00 časova, emitovao oglasne blokove koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od 15 minuta, čime je prekršio član 30 stav 3 Pravilnika.
5. Prilikom identifikacije sponzora programskih sadržaja ili njihovih segmenata (npr. „Skopljene kazaljke“, „Stanje na putevima“, „Dnevni program“, „Meteo izvještaj“ i „Bio prognoza“), emiter je postupio suprotno članu 37 Pravilnika. Naime, u okviru njih je emitovao promotivne poruke sponzora, koje prevazilaze propisane okvire dozvoljene sponzorske identifikacije (ime, odnosno naziv, logotipom i/ili drugi simbol sponzora, kao što je upućivanje na njegov proizvod ili usluge ili prepoznatljivi znak). S obzirom da se sadržale elemente koji ih, u suštini, svrstavaju u oglašavanje (kao što su opis ponude, usluga i kontakt informacije), što znači da su trebale da budu prepoznatljive i odvojene od drugih programskih sadržaja.
6. Iako je emitovanje (pojedinačnih) oglasa prije sponzorisanih programskih sadržaja ili njihovih segmenata u skladu sa članom 74 stav 2 Zakona, emiter je propustio da te oglase učini lako prepoznatljivim i audio odvojenim od ostalih programskih sadržaja, emitovanjem najave i odjave u skladu sa članom 25 Pravilnika.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje, emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emitovanjem programskog sadržaja emiter prekršio član 76 stav 4 Zakona i čl. 25, 30 stav 3 i 37 stav 1 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktorica Agencije je, saglasno čl. 181 i 182 Zakona, donijela odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja, u okviru programa „Radio DRS“ sa standardima definisanim u podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru je naloženo da, u skladu sa čl. 181 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 audiovizuelne medijske usluge u roku od 15 dana od dana njegovog dostavljanja.



Dostavljeno:

- Privredno društvo „Media International Corporation“ d.o.o.
- Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge
- Sektor za nadzor
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Sektor za opšte i međunarodne poslove
- Sektor za informacione - komunikacione tehnologije

Pripremila: Anastazija Perović

Odobrila: Jadranka Vojvodić