

**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE**

**Broj: UP I 04-043/26-122/4**  
**Podgorica, 24.06.2026. 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 audiovizulne medijske usluge donosi

**R J E Š E N J E**

1. „Javnom medijskom servisu Crne Gore“ (RTCG) iz Podgorice, emiteru opšteg televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera:
  - 1) zbog kršenja člana 68 stav 2 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, jer je dana 7. maja 2026. godine, tokom emitovanja sadržaja o automobilizmu „Automoto puls“, u periodu od 17:45:05 do 18:14:36 sati, emitovao prikrivenu komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju (oglašavanje);
  - 2) zbog kršenja člana 77 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama i člana 37 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama („Sl. list CG“, br. 121/24 i 104/25), jer je dana 9. maja 2026. godine, u periodu od 18:30:27 do 18:52:50 sati, tokom emitovanja emisije sportskog programa „Igram svoju igru“, vršio promotivno upućivanje na sponzora programskog sadržaja i njegove usluge.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
  - a) kršenja zabrane emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne medijske komunikacije (član 68 stav 2 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama);
  - b) kršenje uslova da se, prilikom sponzorisavanja programskih sadržaja ne smije direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje roba ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (član 77 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama i član 37 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama).
3. Nalaže se „Javnom medijskom servis Crne Gore“ (RTCG) iz Podgorice, kao emiteru opšteg televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“, da usaglasiti emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“ sa standardima definisanim u Zakonu o audiovizuelnim medijskim uslugama, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. „Javni medijski servis Crne Gore“ (RTCG) dužan je da, u skladu sa članom 181 stav 3 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, u okviru televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“, u emisiji „Automoto puls“ ili sportskom programu „Igram svoju igru“ objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

*„Agencija za audiovizuelne medijske usluge izrekla je 'Javnom medijskom servisu Crne Gore', kao emiteru opšteg televizijskog programa 'Drugi program Televizije Crne Gore' upozorenje jer je dana 7. maja 2026. godine, tokom emitovanja emisije 'Automoto puls', emitovao*

*prikriveno oglašavanje, a dana 9. maja 2026. godine, tokom emitovanja sportskog programa 'Igram svoju igru', promotivno upućivao na sponzora programskog sadržaja'.*

5. „Javni medijski servis Crne Gore“ (RTCG) iz Podgorice, je dužan 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.
6. Ovo Rješenje će se objaviti na internet stranici Agencije za audiovizuelne medijske usluge [www.amu.me](http://www.amu.me).
7. 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 „Javnog medijskog servisa Crne Gore“ (RTCG) iz Podgorice, kao emitera opšteg televizijskog programa „Drugi program Televizije Crne Gore“, Agencija za audiovizuelne medijske usluge (u daljem tekstu: Agencija) konstatovala je (Nalaz Sektora za nadzor, broj UP I 04-043/26-122/1 od 20.05.2026. godine) da je:

- dana 7. maja 2026. godine, u periodu od 17:45:05 do 18:14:36 sati, emitovan sadržaj „Automoto puls“, koji je sadržao komercijalne audiovizuelne medijske komunikacije;
- dana 9. maja 2026. godine, u periodu od 18:30:27 do 18:52:50 sati, emitovan sadržaj sportskog programa „Igram svoju igru“, u kojem je vršeno promotivno upućivanje na sponzora programskog sadržaja.

Imajući u vidu propisane standarde vezane za komercijalne audiovizuelne komunikacije (posebno oglašavanje i sponzorstvo), Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Zakon), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Pravilnik) i Odobrenja za emitovanje.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 177 Zakona i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. UP I 04-043/26-122/2 od 27.05.2026. godine).

Dana 04.06.2026. godine emiter je dostavio pisano izjašnjenje (br. UP I 04-043/26-122/3 od 04.06.2026. godine), u kom navodi da namjera emitera „*ni u jednom trenutku nije bila promovisanje određenog proizvođača, brenda ili prodajnog subjekta*“.

U vezi sa emisijom „Automoto puls“, navodi da je riječ o specijalizovanoj emisiji posvećenoj automobilizmu, čiji je osnovni cilj informisanje gledalaca o tehničkim karakteristikama, performansama, opremi, bezbjednosnim aspektima i drugim relevantnim obilježjima vozila. Emiter ističe da su „*sve informacije koje se saopštavaju u emisiji isključivo u funkciji pružanja potpune i objektivne informacije gledaocima*“, te da „*nije postojala namjera da se gledaoci navedu na kupovinu ili korišćenje određenog proizvoda ili usluge*“.

U odnosu na emisiju „Igram svoju igru“, emiter navodi da „*namjera autora emisije nije bila promovisanje usluga kompanije, već da je vaučer uručen kao prigodan poklon gostu emisije*“, te da eventualni utisak promocije nije bio namjeravan. Emiter je izrazio spremnost da se u budućnosti izbjegnu slične situacije.

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);

- 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 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 (član 6 stav 1 tač. 13 Zakona).
- sponzorstvo 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 finansiranju 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 (član 67 stav 4 Zakona).
- 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 2 st. 1 tačka 11) Pravilnika).
- Članom 67 stav 1 Zakona predviđeno je da komercijalna audiovizuelna komunikacija može biti u obliku: oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda.
- Članom 68 stav 1 Zakona je propisano da komercijalne audiovizuelne komunikacije moraju biti lako prepoznatljive, a članom 72 stav 1 Zakona i članom 25 Pravilnika je propisano da televizijsko oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i audio i/ili vizuelno i/ili prostorno odvojeno od ostalih programskih sadržaja, posebno uredničkih djelova programskog sadržaja.
- Članom 68 stav 2 Zakona zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.
- Članom 77 stav 1 tačka 2) Zakona i članom 37 stav 1 tačka Pravilnika propisano je da se prilikom sponzorisavanja programskih sadržaja, između ostalog, ne smije direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje roba ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge. Pravilnikom je bliže propisano da se promotivno upućivanje posebno odnosi na navođenjem cijene, prednosti, kvaliteta ili učinkovitosti robe ili usluge sponzora, navođenje mjesta, adrese, broja telefona, naloga društvenih mreža, internet stranica putem kojih se može kupiti ili zakupiti roba ili usluga, navođenjem oglasnog slogana kojim se upućuje na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluge sponzora.
- Članom 25 Pravilnika propisano je da oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeno od ostalih programskih sadržaja i uredničkih djelova programskog sadržaja.
- Članom 32 stav 3 Pravilnika definisano je da tokom cjelokupnog emitovanja oglašavanja (telepromocija i plaćeni termin) u televizijskom programu mora biti jasno istaknuta oznaka „telepromocija“ odnosno „plaćeni termin“.

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

1. Emiter je dana 7. maja 2026.g. u periodu od 17:45:05 do 18:14:36 sati emitovao sadržaj „Automoto puls“. U pitanju je sadržaj iz sopstvene produkcije u kojem se predstavljaju aktuelnosti iz auto industrije. Detaljniji opis dat je u tački 2.
2. Voditelj: *Počinje još jedan Automoto puls, počinje još jedno naše druženje. Ove sedmice vozimo za vas Hyundai-ev model Bayon. Dakle, ovo je SUV B segmenta, prava mjera malog gradskog crossover-a. U pitanju je redizajn modela iz 2021. godine. Šta on donosi, saznacete u nastavku emisije. S druge strane, evropsko tržište automobila, značajan rast prodaje hibridnih modela, manja potražnja za dizelima i kako se tu snalaze vozila sa pogonom na plin. Posjetili smo jednog od ovlašćenih servisera i upitali kakva je situacija u Crnoj Gori. Tu su i druge informacije sa međunarodnog tržišta. Uživajte u narednih 30-ak minuta.*

Voditelj se nalazi pored automobila o kojem govori (Hyundai Bayon).

3

Potom je u nastavku bilo riječi o školi vožnje - Alfa Romeo Driving Academy.

Tonska informacija (Glas iz OFF-a): *U vremenu kada većina vozača automobil doživljava kao sredstvo za dolazak od tačke A do tačke B, Alfa Romeo podsjeća da vožnja može biti mnogo više od toga. Može biti iskustvo, može biti emocija i upravo na toj ideji nastala je Alfa Romeo Driving Academy, program koji spaja sigurnost, znanje i čistu strast prema vožnji. Akademija se realizuje u saradnji sa Scuderia de Adamic, renomiranom školom vožnje koja već više od tri decenije obučava vozače, kako amatere, tako i profesionalce. Polaznicima su na raspolaganju najnoviji modeli ovog italijanskog brenda. Sportska limuzina Alfa Romeo Giulia, snažni Stelvio, kompaktni Tonale, kao i najnoviji član porodice Alfa Romeo Junior. Aii ovdje nije riječ samo o automobilima, riječ je o tome kako ih razumjeti. Program je podijeljen u više nivoa. Osnovni kursevi fokusiraju se na sigurnu vožnju, pravilno kočenje, izbjegavanje prepreka, kontrolu vozila u kriznim situacijama. Napredni nivoi donose ozbiljni tempo, rad na idealnim linijama kroz krivine, upravljanje na granici prijanjanja i preciznu kontrolu pri većim brzinama. Poseban segment čine Track Experience programi gdje polaznici izlaze na pravu trkačku stazu i testiraju mogućnosti automobila u kontrolisanim uslovima. Ono što ovu akademiju izdvaja jeste dostupnost. Nije rezervisana za profesionalce. Svako ko posjeduje vozačku dozvolu može da učestvuje, bez obzira na prethodno iskustvo. A cijene? Osnovni jednodnevni kursevi sigurnosti počinju od oko 300 do 500 eura. Napredni programi i specializovane obuke kreću se između 600 i 1.000 eura, dok ekskluzivni trek dej i višednevni paketi mogu dostići i nekoliko hiljada eura u zavisnosti od trajanja i nivoa iskustva. Ali ono što polaznici dobijaju za uzvrat nije samo vožnja, to je znanje koje može spasiti život. To je samopouzdanje koje ostaje dugo nakon završetka kursa i osjećaj potpune kontrole nad automobilom. Jer razumjeti kako se vozilo ponaša u ekstremnim situacijama znači biti spreman i onda kada je to najpotrebnije, na običnoj cesti. Na kraju, možda je najvažnije to što Alfa Romeo kroz ovu akademiju vraća vožnji ono što je vremenom izgubila. Karakter. Jer prava vožnja nije samo brzina, to je znanje, to je kontrola. Iznad svega to je osjećaj.*

Potom je ponovo bilo riječi o Hyundai Bayon-u.

Voditelj: *Dakle, ovo je Hyundai-ev Bayon, pravi mali gradski SUV, pripadnik SUV B segmenta. Dakle, njegova direktna konkurencija, barem na našem tržištu, je Renault Captur, Volkswagen T-Cross, a tu je i druga brojna konkurencija. Redizajn model iz 2021. ponuđen sredinom 2024. Šta nudi ovaj paket opreme i konkretno ova motorizacija, pogledajte u nastavku.*

Tonska informacija (Glas iz OFF-a): *Redizajnirani Bayon u premium paketu vrlo je zaokružen automobil. Nudi moderan dizajn, dosta tehnologije, solidan prostor, dobru ekonomičnost. Najveća prednost mu je što uspijeva da spoji praktičnost gradskog auta sa osjećajem malog SUV-a uz dodatak opreme koji ga čini ozbiljnijim nego što dimenzije sugerišu. Redizajnirano izdanje donosi taman dovoljno novina da ovaj mali crossover ostane svjež i konkurentan u klasi. Uz premium paket opreme cilja na vozače koji žele praktičnost, modernu tehnologiju i malo više komfora u svakodnevnoj vožnji. Kod redizajna šta je novo? Na prvi pogled najveće promjene su na prednjem dijelu. Bayon je dobio moderniji, oštrij izgled sa LED svjetlosnom trakom koja se proteže cijelom širinom maske. Taj detalj ga vizuelno povezuje sa novim Hyundai modelima i daje mu širi i stabilniji stav na putu. Prednja svjetla su redizajnirana dok je branik dobio dinamičnije iinije. Pozadi su takođe izmijenjena led svjetla, sada imaju čistiji i prepoznatljiviji potpis, dok ukupni dizajn djeluje zrelije nego prije redizajna. U suštini, Bayon nije drastično promijenjen, ali je dovoljno zategnut da izgleda modernije i skuplje nego ranije. Mali SUV sa stavom, može se opisati spoljašnjost. Iako spada u BSV segment, Bayon ne izgleda jeftino ili previše jednostavno. Linije su oštre posebno sa strane, gdje se ističu karakteristični pregibi koji mu daju dozu dinamike. U srednjem premium paketu dolaze 17-inčne alufelge koje baš lijepo popunjavaju lukove i dodatno naglašavaju SUV karakter. Led rasvjeta naprijed i pozadi nije samo estetski dodatak, doprinosi i boljoj vidljivosti posebno noću. Prednji i zadnji parking*

4

*senzori uz kameru za vožnju nazad čine gradsko parkiranje znatno lakšim, što je realno i najčešći scenarijo korišćenja ovog automobila.*

Dok traje ova informacija prikazuje se automobil o kojem je riječ, uz krupno kadriranje pojedinih djelova automobila (farovi, točkovi...). Takođe, na pokrivalicama se može vidjeti jasno ispisano obavještenje „Jadran Auto d.o.o., Magistralni put Podgorica – Petrovac 30A Zeta +382 (0) 20 872 820“. U nastavku slijedi segment tokom kojeg voditelj emisije sjedi na mjestu vozača i takođe govori o performansama.

*Voditelj: Ulaskom u kabinu odmah je jasno da je fokus bio na praktičnosti, ali i na modernosti. Ambijentalno osvjetljenje svakako doprinosi vožnji u noćnim uslovima, digitalna klima, bežični punjač i odmah smo se lako navikli na punjenje mobilnog telefona bez kablova.*

*Tonska informacija (Glas iz OFF-a): Unutrašnjost srednjeg premium paketa definiše tehnologiju i komfor. Centralni ekran sa mapom i navigacijom je pregledan i brz, digitalna klima omogućava jednostavno podešavanje temperature. Ambijentalno osvjetljenje daje kabini prijatniju atmosferu noću, grijanje sjedišta i volana su posebno korisni u hladnim danima i predstavljaju luksuz koji se nekad nije očekivao u ovom segmentu. Materijali su korektni, nema premium mekoće kao u višim klasama, ali je sve solidno sklopljeno i djeluje dugotrajno. Naprijed se sjedi udobno sa dovoljno prostora za glavu i noge čak i za više vozače. Pozicija za volanom je blago povišena što daje bolju preglednost. Tipičan SUV osjećaj. Kokpit moderan ali bez pretjerivanja, više funkcionalan nego luksuzan. Dizajn čist, pregledan, sa naglaskom na ekran i jednostavnu ergonomiju tako da se brzo snađete bez učenja gdje je šta. Što se tiče kvaliteta, dominiraju tvrde plastike, posebno na donjim dijelovima vrata instrument table. Međutim, sve djeluje čvrsto, dobro sklopljeno, bez škripanja ili jeftinog osjećaja. Komande imaju fin klik pod prstima što ostavlja bolji utisak nego što materijali na prvi dodir sugerišu. Centralna multimedija u premium paketu je veliki desetinčni ekran, brz, pregledan, sa podrškom za navigaciju Apple CarPlay Android Auto. Ispod njega klasične fizičke komande što je veliki plus, pa klima nije sakrivena u menijima nego ima svoje tastere i kontrole koje su lake za korišćenje u vožnji. Ispred vozača je takođe digitalni instrument, panel od deset inča. Takozvani virtual kokpit koji mijenja izgled u zavisnosti od režima vožnje, prikazuje sve ključne informacije, od brzine, potrošnje do asistencije i navigacije. Grafika jasna, moderna, iako nema toliko mogućnosti personalizacije kao kod skupljih modela. Upravljač klasičan Hyundai lijepo leži u ruci, obložen kožom, u višim paketima ima dosta fizičkih dugmadi, preko njega kontrolišes multimediju, telefon, tempomat, asistencije, pa praktično rijetko se moraju skidati ruke sa volana. Što se tiče podešavanja, sve je prilično jednostavno, logično, nema komplikovanih menija, većina funkcija dostupna kroz par dodira ili direktno preko dugmadi. Upravo ta kombinacija digitalnog kokpita i fizičkih komandi jedna je od jačih strana Bayona jer daje osjećaj modernog auta bez frustracije u svakodnevnoj upotrebi. Pozadi prostor dobar za klasu. Dvije odrasle osobe će se voziti bez problema dok je za treću već malo tjesnije što je i očekivano u ovom segmentu. Premium paket kada su u pitanju tehnologije i sigurnosni sistemi donosi ozbiljan set asistencija za vozača. Sistem za održavanje vozila u traci, sistem za prepoznavanje prepreka sa upozorenjem i automatskim kočenjem, adaptivni tempomat. Ovi sistemi značajno olakšavaju duža putovanja i povećavaju sigurnost posebno u gradskoj vožnji gdje su iznenadne situacije česte. Bayon nema pravog podesivog vješanja, vješanje klasično stalno iste tvrdoće. Promjena može biti i u drive modu koji utiče na gas, mjenjač i volan, ali ne mijenja rad amortizera. Kad dođemo do prtljažnika, praktičnost je na prvom mjestu. Osnovni kapacitet prtljažnika je oko 411 litara, što je vrlo konkurentno u klasi i dovoljno za svakodnevne potrebe. Kupovinu putne torbe, kraći odmor. Obarenjem zadnjih sjedišta dobija se maksimalni prostor od oko 1.200 litara, što ga pretvara u vrlo praktičan mali porodični automobil.*

Tokom trajanja tonske informacije, detaljno se prikazuje unutrašnjost automobila i svi segmenti o kojima je riječ.

Voditelj: *Dovoljno prostora u enterijeru, barem za klasu kojoj pripada. Na zadnjoj klupi tri odrasla putnika. Neće biti komforno za onog sprijeda, ali će veći problem biti ukoliko naprijed sjede višoj putnici. Tada će zaista prostor za koljena biti ograničen. Kada je u pitanju prtljažni prostor, dovoljno širok, dovoljno visok i dovoljno kapacitetan.*

U nastavku je bilo riječi koliko se razvija automobilska industrija, koliko se koriste vozila na plin i zamjenjuju dizel automobile.

Zatim je emitovan razgovor sa Jovicom Anđelićem, iz kompanije „Alliance co.“ Anđelić se nalazi u salonu, gdje se mogu vidjeti pojedini izloženi automobili, a iza njega vidi se krupan natpis „Dacia“. Pojedini segmenti razgovora dati su u nastavku.

Voditelj: *Često se postavlja pitanje održavanja, koliko su LPG sistemi zahtjevni kada je riječ o servisiranju i da li vozači imaju dodatne obaveze u odnosu na klasične motore?*

Anđelić: *Postoje neki dodatni troškovi koji nisu mnogo veliki. Imamo dva filtera koja se mijenjaju na redovnom servisiranju vozila od 10.000 do 15.000. To su dva sistema, jedan filter tečnog, jedan filter gasovitog stanja koji ne iziskuju neku posebnu operaciju prilikom zamjene, dosta jednostavno, tako da su to neki minimalni troškovi što se tiče održavanja. Znamo da je LPG sistem osjetljiv na svećice i bombine, tako da malo ranije treba recimo mijenjati svećice, tako da sve u svemu to nijesu neki veliki troškovi što se tiče održavanja.*

Od 18:03:58 emituje se

Voditelj: *Ovo su potpuno fabrički sistemi koji su integrisani u vozilo. Naš sagovornik napominje da svi fabrički sistemi koji se ugrađuju ne mogu se porediti sa nekom dodatnom kasnijom ugradnjom jer dosta djelova nije isto.*

Anđelić: *To je sistem koji je potpuno integrisan u auto i u velikoj mjeri se razlikuje od naknadno ugrađenih sistema. U samoj to zavisnosti od nekih komponenti koji su drugačije na motoru nego na klasične benzince. Što se tiče garancije na LPG sistem, garancija je ista kol'ko važi garancija na vozilo, tako da tu nema neke razlike s obzirom da je fabrička ugradnja u vozilu, garancija traje koliko i fabrička garancija. Već imamo dosta iskustva u servisu na vozila koja imaju LPG sisteme. Samom tom promjenom, da kažem, koje je došlo sa integracijom sistema u potpunosti u vozilo, pokazali su se kao veoma kvalitetni i pouzdani, tu nema neke, prećeranog troška održavanja, dosta su jednostavni sistemi, pouzdani, precizni, kvalitetni, tako poneki senzor možda da pravi problem tokom eksploatacije, ali nije bilo nekih većih kvarova na sistemu LPG. Na kraju da kažemo cijene nekih stvari za održavanje, imamo dva filtera plina, jedan koji spada u redovno održavanje plina, jedan tečnog i gasovitog stanja plina, oni su oko 55 eura. Ako dođe do otkazivanja nekog senzora, to su neki troškovi 100 do 150 eura.*

U nastavku je ponovo bilo riječi o Bayon-u.

Voditelj: *Dolazimo do motorizacije. Bayon na našem tržištu u ponudi je sa dvije opcije. 1,2-litarski atmosferski motor sa 79 konjskih snaga i ova mnogo naprednija varijanta jedanlitarski turbo uparen sa sedmostepenim automatskim mjenjačem koji zaista nudi izvrstan odnos performansi i potrošnje.*

Tonska informacija (Glas iz OFF-a): *Turbobenzinski jedanlitarski motor u kombinaciji sa sedmostepenim automatskim mjenjačem nudi balans između performansi i ekonomičnosti. Nije sportski automobil, ali dovoljno je živahan za grad i otvoreni put. Razvija stotinu konjskih snaga, dok je maksimalni obrtni moment od 172 Nm dostupan već od oko 1.500 obrtaja u minuti, što znači da motor djeluje elastično i spremno već pri nižim brzinama. Maksimalna snaga dolazi na oko 5.000 obrtaja, što je tipično za mali turbobenzinac, dovoljno za ugodnu svakodnevnu vožnju. DCT brzo mijenja brzine, mada u sporij gradskoj vožnji ponekad može djelovati blago trzavo, što je karakteristika ove vrste mjenjača. Vješanje je podešeno više za udobnost nego za sportsku vožnju, što znači da dobro upija neravnine, ali u brzim krivinama ima nešto više naginjanja. Kad se izvede na put odmah je*

*jasno da nije pravljen da impresionira snagom ili sportskim karakterom, nego da bude lagan, predvidiv i jednostavan za svakodnevnu vožnju. U gradu se ponaša baš onako kako treba. Lagan na volanu, pregledan, zahvalan za manevrisanje. Sve ide bez napora i stresa, što će većini vozača biti najveća prednost. Na otvorenom putu i pri većim brzinama ostavlja utisak stabilnosti, ne djeluje nesigurno, drži pravac, uliva povjerenje, ali čim se krene agresivnije kroz krivine osjeti se da je podešen više za udobnost nego za dinamiku. Ima tipičnog naginjanja karoserije, ništa što bi djelovalo opasno, jednostavno podsjeća da je ovo mali SUV, a ne hatchback za brzu vožnju. Zvučna izolacija prijatno iznenađenje dok se vozi normalnim tempom. U gradu i na otvorenom putu kabina ostaje mirna, motor nenametljiv. Tek kad se jače pritisne gas, trocilindraš počne da se čuje više nego što bi neki vozači željeli, tu se vidi da je ipak riječ o manjem turbobenzincu. Što se tiče potrošnje, fabrika obećava prilično optimistične brojke, ali u stvarnosti, Bayon se kreće u nekoj zlatnoj sredini. U normalnoj vožnji bez pretjerivanja lako se drži na oko 6,5 litara, dok u gradu ide nešto više, a na otvorenom može pasti ispod šest ako se vozi smireno. Jednostavno korektan za ovu vrstu motora. Automatski sedmostepeni DCT ima svoj karakter kada se vozi lagano, kontinuirano, radi glatko, mijenja brzine gotovo neprimjetno u gradskoj gužvi, pri sporim manevrima zna da bude pomalo neodlučan dok razmišlja koju brzinu da odaberete, što je osobina ovog tipa mjenjača. Kad se sve sabere, Bayon se pokazuje kao vrlo razumna kupovina. U odnosu na kineske modele koji danas nude mnogo opreme za novac, možda djeluje manje atraktivno na papiru, ali donosi sigurnost poznate tehnologije, provjerene mehanike i lakšeg održavanja. Sa druge strane, u poređenju sa evropskim rivalima možda nema najviše prestiža ni najzbudljiviju vožnju, ali pogađa ono što većini vozača zaista treba, jednostavnost, komfor i pouzdan osjećaj u svakodnevicu. U suštini, ne pokušava da bude nešto što nije i baš zbog toga za veliki broj ljudi ispada pametan izbor. Ako tražite kompaktan, dobro opremljen crossover za svakodnevnu upotrebu, definitivno ga vrijedi uzeti u obzir. Osnovni model sa 1,2-litarskim benzincem od 79 konjskih snaga startuje od 17.290 eura, dok je moderni jedanlitarski turbo motor skuplji za oko 1.000 eura u kombinaciji sa manualnim mjenjačem. Ukoliko preferirate automatik, početna cijena ide na 19.790 eura. Testirani srednji paket je 21.290 eura, dok najopremljenija verzija dostiže 22.290 eura.*

*Voditelj: I cjenovno je Bayon postavljen konkurentno u svojoj klasi. Vidjeli ste cijene početnih paketa, konkretno ovakav primjerak, 21.290 eura. Doplata za metalik boju je 300 eura, dvobojna varijanta 400 eura. Dakle, ovaj primjerak 21.290 uvećan je za 400 eura. Dakle, konkurentna cijena u odnosu na segment kojem pripada.*

U posljednjem dijelu emisije riječ je bilo o testovima bezbjednosti na kojima se danas radi kada je u pitanju automobilska industrija.

- Repriza opisanog sadržaja emitovana je 9. maja 2026.g. u periodu od 6:30:28 do 7:00:00 sati.

- Tokom trajanja sadržaja nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije.

3. Emiter je dana 9. maja 2026.g. u periodu od 18:30:27 do 18:52:50 sati emitovao emisiju sportskog programa „Igram svoju igru“. Riječ je o sadržaju produkcijske kuće „15takes production“ koji se emituje jednom nedjeljno u trajanju od 20 minuta. Ovaj format opisuju život mladih sportista Crne Gore i njihove izazove na putu ka najvisočijim sportskim rezultatima.

U emisiji se, između ostalog, govorilo o bivšem košarkašu Feđi Pajoviću, koji je iz zdravstvenih razloga prestao sa profesionalnom karijerom. Tokom intervjua sa Pajovićem, u periodu od 17:35:14 do 17:37:04, emituje se segment na način kako slijedi

*Pajović: Lijepo je, ja se iskreno lijepo osjećam, slagao bih ako bih rekao što drugačije. Ja iako sam prestao da se bavim profesionalnim sportom i izvukao se da kažem iz tih nekih*

*teških momenta i borbi uz pomoć porodice i prijatelja opet sam se vratio neđe na put sreće i onako radim nešto što volim, uživam u novom poslu i volio bih, eto ponavljam, da ta poruka bude da i kad vas jedan problem zadesi, da se gleda pozitivno, da se ide kroz to i da se vjeruje da će izaći nešto novo, dobro i bolje iz toga.*

Voditelj: *Srećom za tebe i za mene i za mnoge ljude koje vole ovakve teme, postoje kompanije koje podržavaju i koje su nekako pokazale sluh za sve što se ovdje radi. E, u ime naše produkcije i u ime te kompanije dajemo ti poklon, a ti pogledaj što je unutra, a ja ću ti objasniti što taj poklon u stvari znači. Da li si uopšte neko ko je štedljiv i ko zna da šteti zarađene novce?*

Dok se voditelj obraćao Pajoviću dodaje mu papirnu kesicu sa natpisom „Igram svoju igru“. Pajović iz kesice uzima vaučer na kojem se može vidjeti logo kompanije „Lovćen“.

Pajović: *Pa, čini mi se da jesam. Sad ovako malo zreliji i stariji, čini mi se da jesam.*

Voditelj: *Lovćen osiguranje je omogućio vaučer od 1.000 eura koji možeš da podigneš tek za pet godina. A poenta je da u ovih narednih pet godina pokažeš tu vještinu za štednju novca. I da za pet godina na tom računu ne bude samo ta hiljada, nego i mnogo više.*

Pajović: *Ne znam što drugo da kažem, bez jedno veliko hvaia, da vidimo testiranje i strpljenje i vještine čuvanja para, nema druge.*

- Repriza opisanog sadržaja emitovana je 10. maja 2026.g. u periodu od 3:26:15 do 3:48:37 sati.

- Uoči emitovanja sadržaja pojavljuje se obavještenje „Program koji slijedi sadrži plasman proizvoda“. Zatim, na punom ekranu, obavještenje: „generalni sponzor serijala – NLB Banka, Za sve što dolazi“. U donjem dijelu ekrana, sitnijim slovima navodi se koje su još kompanije prijatelji serijala: „Lovćen“, „RTCG“, „One“, „EPCG“, „Esse caffe“, „Panvel“, „Budi human“, „BITE“, „TechnoGym“, „Electric“...

Grafička insertacija sa obavještenjem o sponzoru i prijateljima serijala pojavljuje se i tokom odjave.

- Tokom trajanja opisanog segmenta emisije nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne AV komunikacije.

4. Za segmente emisije „Automoto puls“, posvećene predavljanju *Hyundai-evog modela Bayon* se može naći uredničko opravdanje te bi se mogli posmatrati u formi novinarskog priloga o novom modelu automobila *Hyundai*. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da, u formi novinarskog priloga, obavijesti gledaoce o karakteristikama novog modela, predmetni prilog se može smatrati oglašavanjem. Jer, u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja za samo određenu marku i model vozila, kao i dostupnosti i cijeni pojedinih varijanti konkretnog modela vozila na tržištu.
5. Postojanje prikrivenog oglašavanja, u okviru emisije „Automoto puls“ (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja i mogućnost dovođenja gledalaca u zabludu u pogledu stvarne prirode sadržaja) može se sagledati kroz više elemenata, i to:
  - način njegove realizacije i urednička obrada ukazuju na značajan promotivni karakter, imajući u vidu dominantno afirmativno predavljanje konkretnog modela vozila (tehničke karakteristike, dizajnerska rješenja, pakete opreme). Pored tehničkih karakteristika, prilog sadrži jasne promotivne poruke usmjerene na mobilisanje gledalaca kao potencijalnih kupaca uz isticanje komercijalnih elemenata, uključujući cijene i povoljnosti pojedinih opcija (srednji ili premium paket). Posebno se ukazuje:
    - „Redizajnirani Bayon u premium paketu vrlo je zaokružen automobil. Nudi moderan dizajn, dosta tehnologije, solidan prostor, dobru ekonomičnost. Najveća prednost mu je što uspijeva da spoji praktičnost gradskog auta sa

*osjećajem malog SUV-a uz dodatak opreme koji ga čini ozbiljnijim nego što dimenzije sugerišu. Redizajnirano izdanje donosi taman dovoljno novina da ovaj mali crossover ostane svjež i konkurentan u klasi. Uz premium paket opreme cilja na vozače koji žele praktičnost, modernu tehnologiju i malo više komfora u svakodnevnoj vožnji",*

- *„Kad se sve sabere, Bayon se pokazuje kao vrlo razumna kupovina. U odnosu na kineske modele koji danas nude mnogo opreme za novac, možda djeluje manje atraktivno na papiru, ali donosi sigurnost poznate tehnologije, provjerene mehanike i lakšeg održavanja. Sa druge strane, u poređenju sa evropskim rivalima možda nema najviše prestiža ni najuzbudljiviju vožnju, ali pogađa ono što većini vozača zaista treba, jednostavnost, komfor i pouzdan osjećaj u svakodnevici. U suštini, ne pokušava da bude nešto što nije i baš zbog toga za veliki broj ljudi ispada pametan izbor. Ako tražite kompaktn, dobro opremljen crossover za svakodnevnu upotrebu, definitivno ga vrijedi uzeti u obzir. Osnovni model sa 1,2-litarskim benzincem od 79 konjskih snaga startuje od 17.290 eura, dok je moderni jedanlitarski turbo motor skuplji za oko 1.000 eura u kombinaciji sa manualnim mjenjačem. Ukoliko preferirate automatik, početna cijena ide na 19.790 eura. Testirani srednji paket je 21.290 eura, dok najopremljenija verzija dostiže 22.290 eura.*
  - posebno kadriranje podataka o privrednom društvu „Jadran Auto“ d.o.o., ovlaštenom distributeru Hyundai automobila za Crnu Goru, uz prikazivanje njegovog imena, adrese, telefona i veb stranice koji su jasno vidljivi na vratima automobila koji se koristi za testnu vožnju
  - voditelj u pojedinim djelovima preuzima ulogu prezentera i kaže:
    - *„Ulaskom u kabinu odmah je jasno da je fokus bio na praktičnosti, ali i na modernosti. Ambijentalno osvjetljenje svakako doprinosi vožnji u noćnim uslovima, digitalna klima, bežični punjač i odmah smo se lako navikli na punjenje mobilnog telefona bez kablova",*
    - *„Dolazimo do motorizacije. Bayon na našem tržištu u ponudi je sa dvije opcije. 1,2-litarski atmosferski motor sa 79 konjskih snaga i ova mnogo naprednija varijanta jedanlitarski turbo uparen sa sedmostepenim automatskim mjenjačem koji zaista nudi izvrstan odnos performansi i potrošnje."*
    - *„I cjenovno je Bayon postavljen konkurentno u svojoj klasi. Vidjeli ste cijene početnih paketa, konkretno ovakav primjerak, 21.290 eura. Doplata za metalik boju je 300 eura, dvobojna varijanta 400 eura. Dakle, ovaj primjerak 21.290 uvećan je za 400 eura. Dakle, konkurentna cijena u odnosu na segment kojem pripada."*
  - tokom trajanja emisije nije emitovano grafičko obavještenje o postojanju komercijalne audiovizuelne komunikacije, a s obzirom da su predmetni segmenti emitovani kao dio emisije o automobilizmu, gledaoci se mogu dovesti uzabludu da se radi o uredničkom, a ne promotivnom sadržaju.
6. Navodi emitera da „nije postojala namjera da se gledaoci navedu na kupovinu ili korišćenje određenog proizvoda ili usluge“, ne oslobađaju ga od odgovornosti jer se naprijed navedeni opisi i navodi prevazilaze „funkciju pružanja potpune i objektivne informacije gledaocima“, i imaju jasan karakter i elemente promotivne poruke (oglašavanja). Izostankom njegovog označavanja kao telepromocije, emiter je omogućio prikriveno oglašavanje ponuđača i konkretnog proizvoda.
7. Na početku, kao i u okviru odjave programskog sadržaja „Igram svoju igru“ navedeno je da je jedan od sponzora („prijatelj serijala“) i fima „Lovćen“. Emitovanjem segmenta u kojem se

ovaj sponzor emisije predstavlja kao donator poklona za gosta, ističu njegova usluga kojom se promoviše višegodišnja štednja i njegova društvena odgovornost da prepozna i podržava teme kojima se bavi emisija (promocija mladih sportista i njihovih dostignuća i izazova) prevazilazi identifikaciju sponzora i prerasta u njegovu i promociju njegovih usluga (štednja).

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.2 izdatog Odobrenja za emitovanje, emiter odgovoran za sadržinu emitovanog programa, može se utvrditi da je emitovanjem programskih sadržaja emiter prekršio čl. 68 stav 2 i 77 Zakona i član 37 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 „Drugi program Televizije Crne Gore“ 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:

- „Javni medijski servis Crne Gore“ (RTCG)
- Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge
- Sektor za nadzor
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Sektor za informaciono-komunikacione tehnologije
- Sektor za opšte i međunarodne poslove

Pripremila: Zorica Popović

Odobrila: Jadranka Vojvodić 