



Crna Gora
AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE

Broj: UP I 04-043/26-131/4
Podgorica, 10.07.2026. godine

Na osnovu čl. 168, 179, 180, 181, 182 i 185 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, u postupku utvrđivanja odgovornosti privrednog društva „Media International Corporation“ d.o.o., koje zastupa ovlašćena zastupnica Danka Brnjašić, direktorica Agencije za audiovizuelne medijske usluge donosi

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, emiteru specijalizovanog radijskog programa „Radio DRS“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera, jer je dana 25. maj 2026. godine:
 - 1) emitovao najave i odjave oglasnih blokova ili pojedinačnih oglasa (džingl) koje su bile kraće od 3 sekunde,
 - 2) u periodu od 7:00 do 19:00 časova emitovao oglasne blokove koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od 15 minuta,
 - 3) prilikom označavanja (identifikacije) sponzora prikazivao njegove oglasne poruke, iako identifikacija sponzora mora biti neutralna i nezavisna od programskog sadržaja i mora se lako razlikovati od oglašavanja i telešopinga.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog kršenja:
 - a) 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)),
 - b) 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),
 - c) zabrane da se prilikom označavanja (identifikacije) sponzora ne smiju prikazivati njegovi oglasni ili telešoping spotovi ili poruke (član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasí emitovanje programskih sadržaja u okviru radijskog programa „Radio DRS“, sa standardima definisanim u 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 informativne emisije u periodu od 8 do 15 sati, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja koja glasi:

„Agencija za audiovizuelne medijske usluge je izrekla upozorenje emiteru specijalizovanog radijskog programa 'Radio DRS' zbog toga što je dana 25. maja 2026. godine, emitovao oglasne blokove koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od 15 minuta, kao i najave i odjave oglasnih blokova u trajanju kraćem od propisanog. Pored toga, emiter je prilikom identifikacije sponzora prikazivao njegove oglasne poruke, iako označavanje sponzora mora biti neutralno i nezavisno od programskog sadržaja i mora se lako razlikovati od oglašavanja.“

5. 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.
6. Žalba odlaže izvršenje rješenja.
7. Ovo Rješenje će se objaviti na internet stranici Agencije za audiovizuelne medijske usluge www.amu.me.
8. 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 specijalizovanog radijskog programa „Radio DRS“, privrednog društva „Media International Corporation“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je dana 25. maj 2026. godine emitovao komercijalne AVM komunikacije koje su bile u suprotnosti sa važećim propisima o oglašavanju i sponzorstvu (Nalaz Sektora za nadzor br. UP I 04-043/26-131/1 od 01.06.2026. 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 25, 30 st. 3 i 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama u audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Pravilnik) i tačke 7.2. Odobrenja za emitovanje.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 177 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama (u daljem tekstu: Zakon) i članom 112 Zakona o upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona i Pravilnika, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. UP I 04-043/26-131/2 od 10.06.2026. godine).

Dana 23.06.2026. godine, emiter je dostavio izjašnjenje (akt br. UP I 04-043/26-131/3 od 23.06.2026. godine), u kom navodi:

- u pogledu trajanja najava i odjava oglasnih blokova navodi da je izvršio izmjene džingla kojim se oglašavanje odvaja od ostalih programskih sadržaja, tako da isti sada sadrži kombinaciju muzičkog i govornog dijela sa tekstom „reklamice“ u propisanom trajanju;
- u odnosu na emitovanje pojedinačnih oglasnih poruka uz kratke programske sadržaje ističe da član 74 Zakona dozvoljava emitovanje oglasa neposredno prije takvih sadržaja, dok Pravilnik drugačije uređuje pitanje razmaka između oglasnih blokova, zbog čega smatra da postoje nejasnoće u primjeni propisa.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih 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 2 tač. 2 Pravilnika).
- Sponzorstvo je 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 promovise svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 67 st. 4 Zakona. član 2 tač. 19 Pravilnika).

- Članom 74 st. 1 i 2 Zakona je propisano da se oglašavanje i telešoping spotovi emituju se u blokovima, a da se samo izuzetno odvojeni pojedinačni oglasni spotovi mogu emitovati u prenosima sportskih događaja i neposredno prije ili poslije sponzoriranih sadržaja.
- Članom 77 stav 1 Zakona, propisano je da sponzorirani 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, na početku, tokom i/ili na kraju programskog sadržaja.
- 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. 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 sponzorisavanja 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;
 - sponzorirani 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 snimke emitovanog programa i spise predmeta, Agencija konstatuje sljedeće:

1. Emiter je dana 25. maj 2026. godine, u periodu od 00:00 do 24:00 sata, emitovao odjave i najave oglasnih blokova ili pojedinačnih oglasa (najavni i odjavni džingl kooji su bili kraći od 3 sekunde. Time je prekršio član 25 Pravilnika, koji 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.
2. U toku 25. maja 2026. godine, emiter je prekidao programske sadržaje emitovanjem oglasa koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od petnaest minuta i to u sljedećim slučajevima.
 - a. od 07:59:38 do 08:00:05; od 08:00:31 do 08:00:43 i od 08:10:05 do 08:12:38.
 - b. od 09:01:01 do 09:01:25; od 09:01:52 do 09:02:05; od 09:02:29 do 09:02:49 i od 09:12:04 do 09:14:07.
 - c. od 10:00:10 do 10:00:34; od 10:00:00 do 10:00:34 i od 10:11:28 do 10:13:53.
 - d. od 11:01:04 do 11:01:28; od 11:01:53 do 11:02:05; i od 11:02:30 do 11:02:50.

- e. od 12:10:50 do 12:13:27; od 12:30:48 do 12:31:14; od 12:34:40 do 12:36:58 i od 12:49:13 do 12:51:04.
- f. od 13:01:35 do 13:01:59; od 13:02:24 do 13:02:35; od 13:30:47 do 13:31:15; od 13:35:16 do 13:37:30 i od 13:47:18 do 13:49:30.
- g. od 14:02:13 do 14:02:36; od 14:03:01 do 14:03:12; od 14:03:37 do 14:03:58; od 14:30:15 do 14:30:43 i od 14:37:10 do 14:29:26.
- h. od 15:02:53 do 15:03:17; od 15:03:43 do 15:03:54; od 15:12:06 do 15:14:43; od 15:19:02 do 15:19:20; od 15:29:17 do 15:29:46; od 15:36:43 do 15:39:30 i od 15:49:19 do 15:52:06.
- i. od 16:01:16 do 16:01:39; od 16:02:05 do 16:02:16; od 16:02:41 do 16:03:01; od 16:25:41 do 16:26:00; od 16:23:43 do 16:36:14 i od 16:43:25 do 16:43:52.
- j. od 17:02:36 do 17:03:00; od 17:03:25 do 17:03:36; od 17:29:43 do 17:32:37; od 17:40:34 do 17:41:01 i od 17:50:58 do 17:53:22.
- k. od 18:01:21 do 18:01:45; od 18:02:10 do 18:02:21; od 18:41:36 do 18:43:48 i od 18:52:24 do 18 54:46.

Emitovanjem oglašnih blokova koji su bili raspoređeni u intervalima kraćim od 15 minuta, emiter je prekršio član 30 stav 3 Pravilnika, kojim je propisano da ako se programski sadržaji prekidaju emitovanjem oglasa, između dva bloka emitovanja oglasa u radijskim programskim sadržajima mora proći najmanje 15 minuta.

3. Emiter je u toku 25. maj 2026. godine kao najave sponzora emitovao oglašne sadržaje i to u sljedećim slučajevima:

- a) kao najavu sponzora (segmenta) programskog sadržaja „Stanje na putevima“, emitovao sljedeći oglašni sadržaj:

„Prijatelj stanja na putevima, prepoznaj se odmah, vozi drugačije, vozi premium, lynk & co, već od 36.980 eura samo u Osmanagić & co. Zakažite test vožnju već danas“. Nakon čega slijedi izvještaj stanja na putevima, poslije koga je emitovana poruka: „Srećan put želi vam prijatelj stanja na putevima Osmanagić & co“.

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

- a. od 08:00:31 do 08:00:42 (11 sekundi);
- b. od 09:01:52 do 09:02:03 (11 sekundi);
- c. od 10:00:00 do 10:01:12 (11 sekundi);
- d. od 11:01:53 do 11:02:04 (11 sekundi);
- e. od 13:02:24 do 13:02:35 (11 sekundi);
- f. od 14:03:01 do 14:03:12 (11 sekundi);
- g. od 15:03:43 do 15:03:54 (11 sekundi);
- h. od 16:02:05 do 16:02:16 (11 sekundi);
- i. od 17:03:25 do 17:03:36 (11 sekundi) i
- j. od 18:02:10 do 18:02:21 (11 sekundi).

- b) kao identifikaciju sponzora programskog sadržaja „Meteo izvještaj“, emitovao sljedeći oglašni sadržaj:

„Prijatelj meteo izvještaja, sada je pravo vrijeme za krstarenja, velika Alegra krstarenja, velika prolječna promocija krstarenja već od 499 eur. Mediteran, grčka ostrva, ili norveški fjordovi, luksuzni brodovi, vrhunska hrana i nova destinacija svakog jutra. 067-641 164 ili alegrakrstarenja.com, Alegra“. Nakon njega emitovana je kratka meteo prognoza.

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

- a. od 07:59:39 do 08:00:03 (24 sekunde);
- b. od 09:01:01 do 09:01:25 (24 sekunde);
- c. od 10:00:10 do 10:00:34 (24 sekunde);
- d. od 11:01:04 do 11:01:28 (24 sekunde);

- e. od 13:01:35 do 13:01:59 (24 sekunde);
 - f. od 14:02:12 do 14:02:36 (24 sekunde);
 - g. od 15:02:53 do 15:03:17 (24 sekunde);
 - h. od 16:01:15 do 16:01:39 (24 sekunde);
 - i. od 17:02:36 do 17:03:00 (24 sekunde) i
 - j. od 18:01:21 do 18:01:45 (24 sekunde).
- c) kao identifikaciju sponzora programskog sadržaja „Prijatelj dnevnog programa“ emitovao sljedeći oglasni sadržaj:

„Prijatelj dnevnog programa - Privredna komora Crne Gore vas poziva da učestvujete u velikoj nagradnoj igri - „kupujte naše“. Kupite najmanje tri crnogorska proizvoda i podržite domaće proizvođače, a očekuje vas 76 vrijednih nagrada, brvnara u vrijednosti od 20.000 eura, 40 paketa crnogorskih proizvoda, po pet vaučera za boravak u crnogorskim hotelima i etno selima, avionske karte Air Montenegro, krstarenje Bokom, splavarenje Tarom, paket ..., kupujmo naše crnogorsko-kvalitet sa emocijom.“

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

- a. od 10:31:10 do 10:31:37 (27 sekundi);
 - b. od 12:30:48 do 12:31:14 (26 sekundi);
 - c. od 13:30:47 do 13:31:14 (27 sekundi);
 - d. od 14:30:16 do 14:30:43 (27 sekundi);
 - e. od 15:29:18 do 15:29:45 (27 sekundi);
 - f. od 16:43:25 do 16:43:52 (27 sekundi);
 - g. od 17:40:34 do 17:41:01 (27 sekundi).
- d) kao identifikaciju sponzora programskog sadržaja „Prijatelj sklopljenih kazaljki“ emitovao sljedeći oglasni sadržaj:

„Prijatelj sklopljenih kazaljki – neko misli na vas, učestvuj u velikoj EKO nagradnoj igri jer svakih potrošenih 5 eura ti pruža šansu da osvojiš: putovanje na formulu jedan u Monako ili Mađarsku, EKO Akropolis reli u Grčkoj, kao finalnu nagradu potpuno novi džip ..., Pored putovanja očekuju te i mnoge druge vrijedne nagrade, a za duplu šansu sipaj dizel avio ... gorivo“.

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

- a. od 08:45:52 do 08:46:11 (19 sekundi);
 - b. od 15:19:02 do 15:19:20 (18 sekundi);
 - c. od 16:25:41 do 16:26:00 (19 sekundi).
4. Prilikom pomenutih primjera identifikacije sponzora programskih sadržaja ili njihovih segmenata (npr. „Stanje na putevima“, „Meteo izvještaj“, „Prijatelj dnevnog programa“ i „Prijatelj sklopljenih kazaljki“), emiter je umjesto neutralne identifikacije sponzora, emitovao je promotivne poruke koje po svom sadržaju predstavljaju oglašavanje. Tako su, između ostalog, emitovane poruke koje sadrže pozive na kupovinu ili korišćenje usluga („zakažite test vožnju već danas“), informacije o cijenama („već od 36.980 eura“, „krstarenja već od 499 eura“), promotivne akcije („velika proljećna promocija“, „učestvujte u velikoj nagradnoj igri“), opis pogodnosti proizvoda i usluga, kao i kontakt telefone i internet adrese. Takvi elementi prevazilaze dozvoljene okvire identifikacije sponzora, koja može sadržati isključivo ime odnosno naziv, logotip i/ili drugi prepoznatljiv znak sponzora ili neutralno upućivanje na njegov proizvod ili uslugu, te predmetne poruke po svojoj prirodi predstavljaju oglašavanje i morale su biti jasno prepoznatljive i audio odvojene od ostalih programskih sadržaja. Na ovaj način emiter je postupio suprotno članu 37 Pravilnika.
5. Iako je emitovanje (pojedinačnih) oglasa prije sponzoriranih 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 7.2 izdatog Odobrenja za emitovanje, emiter odgovoran za sadržinu emitovanog programa, može se utvrditi da je emitovanjem predmetnih programskih sadržaja prekršio član 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. Žalba odlaže izvršenje rješenja.



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: Zorica Popović

Odobrila: Jadranka Vojvodić *ZV*