



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 938/3
Podgorica, 24.07.2017. godine

Na osnovu člana 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11 i 06/13) i člana 196 Zakona o opštem upravnom postupku ("Sl. list RCG", br. 60/03 i "Sl. list Crne Gore", br. 73/10 i 32/11), direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „**Lutrija Crne Gore**“ a.d. iz Podgorice, emiteru televizijskog programa „**777 TV Lutrija Crne Gore**“, izriče se **upozorenje** kao upravno-nadzorna mjera mjera **jer je** prilikom emitovanja emisije „**Uz jutarnju kafu**“ dana 13. juna 2017.g. u terminu od 06:59:35 do 09:39:54 sati, emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (što je zbranjeno članom 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11)), propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojenom od ostalih programskih sadržaja (što je propisano članom 88 Zakona o elektronskim medijima i čl. 37 stav 1 i 53 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama), nepotpuno označio na početku i na kraju emisije da je sponzorisan i direktno podsticao na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora, posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (što je propisano članom 95 st. 1 al. 2, 3 i 4 Zakona o elektronskim medijima i članom 58 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11)), čime je prekršio tač. 7.1. izdatog Odobrenja za emitovanje br. O-TV-K-08 od 21.07.2011. godine.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a. emitovanja prikrivenih komercijalnih audiovizuelnih komunikacija (član 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i član 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
 - b. emitovanja komercijalne audiovizuelne komunikacije koje nijesu jasno prepoznatljive (član 88 Zakona o elektronskim medijima) i emitovanja telepromocije, kao vida oglašavanja, koja nije prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja (član 37 stav 1 i 53 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
 - c. neispunjavanja uslova za sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge, kao i da moraju jasno biti označeni da su sponzorisani, odnosno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa, kao i da (član 95 st. 1 al. 2, 3 i 4 Zakona o elektronskim medijima i čl. 58 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se privrednom društvu „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „777 TV Lutrija Crne Gore“ sa standardima

definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

4. Privredno društvo „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja objavi u okviru televizijskog programa „777 TV Lutrija Crne Gore“ u okviru emisije „Uz jutarnju kafu“.
5. Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.
6. Ovo rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.ardcg.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „777 TV Lutrija Crne Gore“, privrednog društva „Lutrija Crne Gore“ a.d. (u daljem tekstu: emiter), uočeno je da je isti emitovao emisiju „Uz jutarnju kafu“ dana 13. juna 2017.g. u terminu od 06:59:35 do 09:39:54 sati.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učesće ovih sadržaja u emisiji „Uz jutarnju kafu“, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je pokrenula postupak za utvrđivanje da li došlo do kršenja Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: Zakon), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: Pravilnik) i izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-08.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 8 Zakona o opštem upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-938/1 od 26.06.2017.g.).

Dana 06.07.2017 emiter je dostavio izjašnjenje (zavedeno kod Agencije za elektronske medije pod br. 02-938/2 od 06.07.2017.g.), u kojem se navodi da „777 TV Lutrija Crne Gore“ svoj program bazira isključivo u skladu sa Zakonom o elektronskim medijima i drugim podzakonskim aktima“, kao i da:

- „Tiffany production d.o.o. oblači voditeljku emisije 'Uz jutarnju kafu', te emitovanje markice u dnu ekrana od svega 10 sekundi ne predstavlja oblik sponzorisanog programa niti utiče na sami sadržaj i tok emisije, odnosno ni na bilo koji način ne utiče na gledaoce da kupuju proizvode navedene robne marke, već samo ističe vizuelni izgled voditelja emisije“.
- na isti način je „predstavljena i cvjećara Habitat d.o.o. Podgorica koja cvijetnim aranžmanom uređuje enterijer prostora gdje se emituje emisija 'Uz jutarnju kafu'“.
- „'Idea-super kartica' jeste sponzor programskog sadržaja 'Uz jutarnju kafu', s tim što voditelj u najavi sponzora ni na koji način ne skreće pažnju na određeni proizvod trgovačkog lanca 'Idea', odnosno da navodi potrošače da koriste, odnosno kupe bilo koji proizvod navedenog privrednog društva“. On navodi da „emitovani sadržaj koji je naveden u nalazu i konstatovan kao sponzorisan program u bilo kom smislu ne utiče na karakter, cilj i sadržaj programskog sadržaja 'Uz jutarnju kafu', a pogotovu ne utiče na uređivačku nezavisnost pružaoca usluge“, kao i da je „navedeni reklamni sadržaj ... krajnje primjeren i na posredan način se voditelj odnosi prema promociji proizvoda sponzora, ograničen na vizuelnu identifikaciju proizvoda“.
- „samo prezentovanje 'Pika kartice' predstavlja način pružanja usluga, te se nikako ne odnosi na proizvode trgovačkog lanca 'Idea'“.
- „nosilac subjektiviteta TV 777 ima autonomno pravo da uređuje programski sadržaj emisija koje proizvodi u svojoj produkciji i proizvodnji u skladu sa svojom uređivačkom politikom, poštujući sve pozitivne propise koji uređuju ovu oblast, bez obzira na sponzore emisija i dr.“
- „neposrednim posmatranjem emisije nepobitan je zaključak da oglašivači i sponzori ne utiču na karakter emisije, jer je sadržaj iste utvrđen shodno uređivačkoj politici TV 777“.

Uz izjašnjenje su dostavljeni:

- Ugovor o poslovno tehničkoj saradnji, zaključen između emitera i privrednog društva „Mercator-CG“ d.o.o. Podgorica (zaveden kod emitera pod br. 2782 od 24.05.2017. godine. Članom 2 tač. 2.1. ovog ugovora je predviđeno da „voditelj emisije 'Uz jutarnju kafu', ... u najavi i odjavi emisije predstavi Ideu kao zvanienog sponzora emisije“. U tač. 2.2. i 2.3. člana 2 ovog ugovora, predviđeno je i da će emiter „vršiti marketinšku promociju Idee tako što će 3x emitovati markicu u trajanju od 10 sekundi u toku emisije 'Uz jutarnju kafu' i postaviti baner i reklamni materijal u studiju TV 777 za vrijeme trajanja emisije 'Uz jutarnju kafu', kao i da će emiter „2x dnevno emitovati reklamu Idee po njenom izboru“.
- Ugovor o poslovno tehničkoj saradnji, zaključen između emitera i privrednog društva „Tiffany Production“ d.o.o. Podgorica (zaveden kod emitera pod br. 2899 od 01.06.2017. godine). Članom 2 i 3 ovog ugovora je predviđena obaveza privrednog društva „Tiffany Production“ d.o.o. Podgorica da za potrebe realizacije više emisija emitera, među kojima je i „Uz jutarnju kafu“ obezbijedi „odjevne kombinacije iz svog asortimana“, a da će, sa druge strane, voditeljka emisije „Uz jutarnju kafu“ „zahvaliti Tiffany' na odjevnoj kombinaciji, dok će se u odjavnoj špici emisije prikazivati marka - logo butika u trajanju od 10 sekundi“.
- Ugovor o poslovno tehničkoj saradnji, zaključen između emitera i privrednog društva „Habitat“ d.o.o. Podgorica (zaveden kod emitera po br. 2395 od 27.04.2017. godine). Članom 2 ovog ugovora je predviđeno da će:
 - o „Habitat ... utorkom i petkom cvijećnim aranžmanima iz svog asortimana ukrašavati studio za vrijeme emitovanja emisije 'Uz jutarnju kafu'“.
 - o „Habitat, ..., u skladu sa potrebama Lutrije, iz asortimana salona namještaja 'Sofa bed' ustupiti ukrasne jastuke koji će ukrašavati studio TV 777“.
 - o „... voditelj emisije 'Uz jutarnju kafu' zahvaliti Habitatu na cvijećnom aranžmanu koji ukrašava studio, emitovati markicu za vrijeme navedene emisije u trajanju od 10 sec., te u produkciji i proizvodnji TV 777 emitovati reportažu o Habitatu 3x za vrijeme trajanja Ugovora“.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih sadržaja došlo do kršenja propisanih standarda o komercijalnim AVM komunikacijama, Agencija je posebno imala u vidu sljedeće:

- članom 85 st. 1 Zakona i članom 13 st. 1 Pravilnika zabranjene su prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije. Članom 4 Zakona i članom 4 Pravilnika one su definisane kao predstavljanje riječima ili slikama robe, usluga, imena, zaštitnog znaka ili aktivnosti proizvođača roba ili pružaoca usluga u radijskim i/ili TV programima kada je cilj takvog predstavljanja oglašavanje i moglo bi dovesti javnost u zabludu u vezi sa njegovom prirodom. Takvo se predstavljanje naročito smatra namjernim ako je izvršeno u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu.
- članom 88 Zakona je propisano da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva.
- 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 4 Pravilnika). Članom 37 st. 1 i 53 st. 2 Pravilnika propisano je da telepromocija mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja.
- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva učesće fizičkog ili pravnog lica, koje se ne bavi djelatnošću pružanja AVM usluga, niti proizvodnjom audiovizuelnih radova, u finansiranju radijskih i/ili televizijskih programa, s ciljem da promoviše svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 Zakona). Članom 95 st. 1 al. 2, 3 i 4 Zakona i čl. 58 i 61 Pravilnika je propisano da sponzorirani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge, moraju jasno biti označeni da su sponzorirani, odnosno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na

njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.

Na osnovu uvida u snimke emitovanih sadržaja i izjašnjenja, može se konstatovati sljedeće:

- emisija „Uz jutarnju kafu“, tzv. jutarnji program, je kolažnoga tipa, sadržinski strukturiran po satu, sa vijestima, servisnim informacijama, brojnim priložima o aktuelnostima iz svih oblasti, stalnim rubrikama, gostima u studiju, marketingom itd.
- predmet monitoringa je bila emisija emitovana 13. juna 2017. godine u terminu od 06:59:35 do 09:39:54 sati.
- na samom početku prvog sata emitovanog programskog sadržaja, u donjem lijevom uglu, insertovan je logotip butika „Tiffany“, bez bilo kakvog zvučnog i vizuelnog obavještenja (telop ili slično) da je „Uz jutarnju kafu“ sponzorisana emisija ili druge grafičke oznake da je u pitanju komercijalna AV komunikacija.
- U emisiji „Uz jutarnju kafu“, kao sponzorisanom programu, sponzor „Mercator-CG“ d.o.o., imalac brendova „Pika kartica“ i „Idea“, nije bio na jasan način označen na početku i na kraju emisije. Time je emiter prekršio obavezu da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen na početku, tokom i/ili na kraju programa. U prvom satu emitovanog programskog sadržaja, tek nakon vijesti i servisnih informacija emitovano je obavještenje voditeljke koje glasi: *„Sada ćemo pozdraviti i prijatelje našeg jutarnjeg programa, a to je Pika kartica“*.

Odmah nakon toga, emitovan je unaprijed pripremljen tekst, sa potrebnim informacijama u vezi sa karticom, koji glasi: *„kako bi se dodatno prilagodila potrebama i kupovnim navikama potrošača, IDEA je unaprijedila Pika karticu i pokrenula novi program lojalnosti super kartica. Super kartica je program nagrađivanja koji uključuje više partnera, a svaki od njih korisnike nagrađuje za kupovinu. Partneri novog programa lojalnosti su Hipotekarna banka, Inter sport, Crnogorski Telekom, Lovćen osiguranje, Veno apoteke, Donator, radnje Kids land, OVS, Samsonite, Piazza Italia, Coin casa i Mil pop. Dakle, IDEA kartica prijatelj našeg jutarnjeg programa“*, u trajanju od 39 sekundi (07:17:17 – 07:17:56) bez oznake da se radi o informaciji o sponzoru ili oglašavanju (telepromociji). Istovremeno, na punom ekranu bila je prikazana „Super kartica“.

- U trećem satu programa, nakon oglasnog bloka, voditeljka saopštava: *...„Na samom kraju jutarnjeg programa pomenućemo još jednom naše ‘prijatelje’. Krećemo od Pika kartice. Kako bi se dodatno prilagodila potrebama i kupovnim navikama potrošača, IDEA je unaprijedila Pika karticu...“* slijedi identičan, naprijed pripremljen tekst, kao i u prvom satu emitovanja jutarnjeg programa.
- Nakon toga, voditeljka se zahvaljuje riječima *„...naravno iskoristićemo priliku da zahvalimo i ‘Habitatu’ na ovom divnom cvijetnom aranžmanu (na punom ekranu prikazan cvijetni aranžman) i još jednu zahvalnost dugujem butiku koji je bio zadužen za moj izgled, a to je butik „Tiffany“ u kome možete naći divni nakit i garderobu, City Mall, nalazi se u City Mall-u na prvom spratu...“* Istovremeno, u donjem lijevom uglu insertovani su logotipi za cvjećaru „Habitat“ i butik „Tiffany“.

Navedeni djelovi programa predstavljaju komercijalnu audiovizuelnu komunikaciju odnosno oglase, koju emiter nije učinio jasno prepoznatljivom. Emiter u svom izjašnjenju navodi da cvjećara „Habitat“ i butik „Tiffany“ nisu sponzori predmetnog programskog sadržaja, ali se na osnovu uvida u ugovore o poslovno tehničkoj saradnji sa privrednim društvima „Tiffany Production“ d.o.o. i „Habitat“ d.o.o. jasno može zaključiti da je suština saradnje plasiranje promotivnih informacija o ponudi ovih subjekata kroz eksplicitno pominjanje od strane voditeljke (ona ima obavezu da se *„zahvali“* ovim subjektima za odjevne kombinacije koje ona nosi, odnosno cvjetne aranžmane i/ili jastuke koji se nalaze u studiju).

- Saglasno Zakonu, sponzor ne smije uticati na sadržaj programa koje sponzoriše i ne smije postojati direktno podsticanje na kupovinu ili posebno promotivno upućivanje na proizvode sponzora. Dakle, kod sponzorstva promocija sponzora (imena, robe, aktivnosti) je posredna i

ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjereno. Ukoliko se tokom sponzorisanе emisije emituju oglasne poruke ili kojima se preporučuju roba ili usluga sponzora, odnosno vrši promocija aktivnosti sponzora, na takve poruke se primenjuju sva pravila koja inače važe za oglašavanje. Navedeno znači da ukoliko voditelj preuzima ulogu promotera određenih proizvoda/usluga sponzora ili se tokom trajanja emisije ističu unutar programa (uključivanjem ili pominjanjem) proizvodi, usluge ili trgovinski znak sponzora, ovakvo preporučivanje se smatra telepromocijom, odnosno plasmanom proizvoda.

- U studiju se, u pozadini, nalazi i vertikalni pravougaoni logotip sponzora na reklamnom posteru (Super kartica – nagrađuje Vašu vjernost!), koji se, u cjelini ili djelimično, pojavljuje na ekranu prilikom mijenjanja planova kadrova.

Imajući u vidu tok radnje i prirodu emisije, može se zaključiti i da je pretjerano naglašeno emitovanje logotipa sponzora učestalim djelimičnim ili potpunim kadriranjem promotivnog postera Super kartice, koji dominira studijom iz kojeg se emituje emisija.

Može se zaključiti da je emiter emitovanjem predmetnih sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i obaveze da telepromocija (kao vid komercijalne audiovizuelne komunikacije) mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja, bez obzira da li se pruža sa ili bez naknade, kao i da sponzorisanі programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge, te da moraju jasno biti označeni da su sponzorisanі, odnosno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivі znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-08 od 21.07.2011. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 85, 88 i 95 st. 1 al. 2, 3 i 4 Zakona i čl. 13, 37 st. 1, 53 st. 2, 58 st. 1 i 61 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktor Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasі emitovanje programskih sadržaja u okviru programa „777 TV Lutrija Crne Gore“ sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Privrednom društvu „Lutrija Crne Gore“ a.d. iz Podgorice je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu, u okviru emisije „Uz jutarnju kafu“.

Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

UPUTSTVO O PRAVNOM SREDSTVU

Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana njegovog dostavljanja.

Dostavljeno:

- Privredno društvo „Lutrija Crne Gore“ a.d.
- Arhiva

DIRIKTOR
Abaz Béli Dzafić

