

Na osnovu člana 22 Statuta Društva sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni emiter „Radio televizija Podgorica” broj 6 od dana 11. septembra 2020. godine a u vezi sa članom 74 a i članom 88 Zakona o elektronskim medijima (“Službeni list Crne Gore” broj: 46/10, 40/11, 53/11, 06/13, 55/16, 92/17 i 82/20), na sjednici održanoj dana 30 juna 2021. godine, Savjet RTV Podgorica donio je

PRAVILNIK

o

oglašavanju, telešopingu i sponzorstvu u programima Društva sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni RTV Podgorica „Radio televizija Podgorica“

Član 1

Ovim Pravilnikom propisuju se standardi, uslovi i kvote za oglašavanje, telešoping i sponzorstvo u programima Društva sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni RTV Podgorica „Radio televizija Podgorica“ (u daljem tekstu: RTV Podgorica) u skladu sa Zakonom o medijima, Zakonom o elektronskim medijima i drugim domaćim i međunarodnim dokumentima.

Član 2

Zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije. U komercijalnoj audiovizuelnoj komunikaciji zabranjeno je upućivanje poruka čijim bi se emitovanjem moglo uticati na podsvijest i koje predstavljaju manipulaciju ili su štetne u socijalnom i emocionalnom smislu.

Posredstvom komercijalne audiovizuelne komunikacije zabranjeno je:

- 1)ugrožavanje ljudskog dostojanstva;
- 2)promovisanje mržnje ili diskriminacije po osnovu pola, rase, nacionalne pripadnosti, vjere ili uvjerenja, invalidnosti, godina starosti ili seksualne orijentacije;
- 3)podsticanje ponašanja koje ugrožava zdravlje ili život ljudi;
- 4)podsticanje ponašanja koje ugrožava životnu sredinu;
- 5)upotrebljavanje vizuelnih i audio formi, sadržaja ili elemenata koji su prepoznatljivi za važne vijesti ili saopštenja (dnevnik, vijesti, itd.);
- 6)korišćenje prepoznatljivosti nekog programa sa namjerom da se dovede gledalač ili slušalač u zabludu da gleda ili sluša taj program;
- 7)diskreditovanje ili omalovažavanje konkurenta, njegovog proizvoda ili usluge;
- 8)predstavljanje konkurenetskog proizvoda ili usluge kao loše imitacije ili reprodukcije
- 9)korišćenje djelova nekog programa (naslov, logo, muzika i sl.);
- 10)kopiranje oglasnog sadržaja drugog oglašivača, njegove aktivnosti, proizvoda ili usluge;

- 11) neovlašćeno upotrebljavanje zaštitnog znaka ili drugog obilježja kojim se prepoznaće konkurent;
- 12) korišćenje scena smrti, povređivanja, nasilja ili uništavanja objekata i prirode.

Zabranjeno je oglašavanje prodaje i kupovine organa ili tkiva ljudskog tijela za transplantaciju ili transfuziju.

Zabranjeni su svi oblici komercijalnih audiovizuelnih komunikacija koji promovišu duvan i duvanske proizvode, opojne droge, oružje, streljiva i pirotehnička sredstva i promet roba i usluga zabranjenih zakonom.

Komercijalne audiovizuelne komunikacije koje promovišu alkoholna pića ne smiju biti usmjerene na maloljetnike i ne smiju podsticati konzumiranje takvih pića.

Zabranjene su komercijalne audiovizuelne komunikacije koje promovišu medicinske proizvode koji su dostupni samo na ljekarski recept ili postupke i metode liječenja koji nijesu u skladu sa posebnim zakonom kojim se uređuje zdravstvena zaštita.

Zabranjeno je promovisati klađenje, igre na sreću i kockanje kao stil života, odnosno kao vrijednosti kojima se uspješno i sigurno rješavaju životni problemi.

Član 3

Kad su maloljetnici u pitanju, komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama zabranjeno je:

- 1) prouzrokovanje materijalne ili nematerijalne štete maloljetnicima;
- 2) direktno podsticanje maloljetnika na kupovinu ili iznajmljivanje proizvoda ili usluga, iskorišćavanjem njihovog neiskustva ili lakovjernosti;
- 3) direktno podsticanje maloljetnika da ubjeđuju roditelje ili druga lica na kupovinu robe ili usluga koje se oglašavaju;
- 4) iskorišćavanje povjerenja koje maloljetnici imaju u roditelje, nastavnike ili druga lica;
- 5) nepotrebno prikazivanje maloljetnika u opasnim situacijama.

Član 4

Zabranjeno je odbiti pružanje usluga komercijalne audiovizuelne komunikacije ako se odbijanjem stvara ili održava monopolski ili drugi dominantni položaj učesnika u tržišnoj utakmici ili uspostavlja nelojalna konkurenčija.

Član 5

Obaveze za sve oblike radijskog i televizijskog oglašavanja i telešoping:

Radijsko i televizijsko oglašavanje (u daljem tekstu: oglašavanje) i telešoping moraju biti lako prepoznatljivi i audio i vizuelno odvojeni od ostalih programske sadržaja.

Oglašivač ne smije vršiti bilo kakav uređivački uticaj na sadržaj programa.

Zabranjena je upotreba podataka koji mogu izazvati zabludu o identitetu oglašivača, njegovim aktivnostima, svojstvima, kvalitetu, porijeklu ili drugim podacima o proizvodu ili usluzi.

Oglašavanje i telešoping se po pravilu emituju u blokovima.

Izuzetno od stava 4 ovog člana, odvojeni oglasni spotovi ili spotovi telešopinga mogu se emitovati u prenosu sportskih događaja.

Dužina trajanja oglašavanja i telešopinga utvrđuje se za period od 0 do 24 sata.

Telešoping može trajati najmanje 15 minuta neprekidno.

Oglašavanjem se ne smatraju:

- 1) besplatne najave izvođenja javnih radova i dobrovornih akcija;
- 2) besplatno predstavljanje umjetničkih radova;
- 3) besplatno objavljivanje podataka o producentima, organizatorima, sponzorima ili donatorima umjetničkih radova, kulturno-umjetničkih priredbi i dobrovornih akcija
- 4) informisanje i promocija sopstvenih programske sadržaja.

Prenos televizijskih filmova, kinematografskih ostvarenja i informativnih programa može biti prekinut televizijskim oglašavanjem i/ili telešopingom jednom u 30 minuta.

Član 6

U oglasnim sadržajima mora biti jasno označen naručilac.

Za istinitost i tačnost oglasnih sadržaja odgovoran je naručilac, a za njihovu usklađenost sa odredbama ovog i zakona koji uređuje oblast medija odgovoran je RTV Podgorica.

Oglasi se, po pravilu, emituju između programa.

Oglasi se mogu emitovati i u toku programa, ako se time ne narušava cjelovitost i vrijednost programa, niti povrjeđuju autorska prava.

Trajanje oglašavanja ne smije prelaziti 10% (šest minuta) po satu emitovanog programa.

Član 7

Naručilac je dužan da elektronskom mediju koji emituje oglas, uz oglas dostavi i popunjeno obrazac o oglašavanju koji sadrži podatke o:

- a) naručiocu (ime i sjedište, broj pod kojim je registrovan za obavljanje djelatnosti, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj, broj lične karte i mjesto izdavanja lične karte odgovornog lica);
- b) proizvođaču oglasa (ime i sjedište, broj pod kojim je registrovan u odgovarajućem registru za obavljanje djelatnosti proizvodnje oglasa, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj, broj lične karte i mjesto izdavanja lične karte odgovornog lica);
- c) oglašivaču (ime i sjedište, broj pod kojim je registrovan za obavljanje djelatnosti u okviru koje je predmet oglašavanja, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj, broj lične karte i mjesto izdavanja lične karte odgovornog lica) i
- d) oglasu (tekst, trajanje, autor teksta, muzike, fotografije, ilustracije, dizajna, reditelj, snimatelj slike ili zvuka, izvođač čiji se lik ili glas koristi u oglasnoj poruci, kao i podaci o drugim autorima u smislu posebnog propisa o zaštiti autorskog i srodnih prava).

Obrazac, iz stava 1 ovog člana, utvrđen je Pravilnikom o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama.

Ako naručilac uz oglas ne dostavi obrazac iz prethodnog stava, ili dostavljeni obrazac ne sadrži propisane podatke, oglas neće biti emitovan.

RTV Podgorica je dužan da Agenciji za elektronske medije, na njen zahtjev, dostavi kopiju popunjenoog obrasca o oglašavanju.

RTV Podgorica je dužan da, uz obrazloženje, odbije zahtjev za oglašavanje ukoliko sadržaj oglasa nije u skladu sa zakonom i ovim Pravilnikom.

RTV Podgorica je dužan da prikupljanje, čuvanje i raspolaganje ličnim podacima iz stava 1 ovog člana organizuje i sprovodi u skladu sa posebnim zakonom kojim je regulisana zaštita podataka o ličnosti.

Član 8

RTV Podgorica u pružanju usluga oglašavanja, telešopinga i sponzorstva u programima Radi Podgorica i Televizije Podgorica primjenjivaće se Pravilnik o komercijalnim audio-vizuelnim komunikacijama.

Član 9

RTV Podgorica je dužna da najkasnije do 31. decembra tekuće godine, doneše Cjenovnik : narednu godinu.

I- USLOVI NARUČIVANJA, UGOVARANJA I PLAĆANJA

Član 10

Narudžbe za emitovanje reklamnog materijala dostavljaju se u skladu sa članom 7 ovog Pravilnika.

Naknada za marketinške usluge plaća se u roku od 8 dana od dana ispostavljanja fakture.

Ukoliko naručilac odustane od sklopljenog ugovora, dužan je RTV Podgorica nadoknaditi štetu.

Rok za prigovor na ispostavljenu fakturu je 10 dana od dana prijema iste.

Član 11

Programska šema RTV Podgorica je osnova za utvrđivanje dispozicije. RTV Podgorica zadržava pravo da, ukoliko to programski ili tehnički razlozi zahtijevaju, emituje reklamni materijal van dogovorenih termina, o čemu je obavezna obavijestiti klijenta.

Naručilac je obavezan da na zahtjev RTV Podgorica izda instrumente obezbjeđenja plaćanja.

Vrijeme emitovanja reklame određuje se prema terminu početka emisije;

RTV Podgorica nije u obavezi da emituje reklamne materijale ukoliko ne odgovaraju programskim i tehničkim standardima ili je emitovanje suprotno zakonskim propisima, kao i ako se naručilac na pridržava odredbi ugovora;

Opšti uslovi iz ovog Pravilnika sastavni su dio ugovora o oglašavanju.

Član 12

Za avansno plaćanje odobrava se popust na ukupnu, unaprijed plaćenu vrijednost usluge.

Popust na avansnu uplatu može da bude od 1,5-3% u zavisnosti od iznosa uplate i vremenskog perioda na koji se uplata vrši.

U slučaju kada oglašivač ne izmiri prethodna dugovanja, RTV Podgorica d.o.o. može oboriti naloge za emitovanja.

II-Korekcija cijena

Član 13

Za premium pozicije (prvi i poslednji u bloku) cijena se uvećava za 15%.

Za ekskluzivnost u reklamnom bloku u odnosu na konkurentske proizvode i usluge, cijena se uvećava za 100 % . Ekskluzivnost ne podrazumijeva i izbor pozicije. Break bumper, kao i solo sječa gdje je moguće, obračunavaju se + 40 % dodatnih na cijenu sekunde u određenom terminu.

Logotip, insertacija, krol, animirana insertacija tretiraju se kao sječa i obračunavaju se po cijeni sekunde u određenom terminu.

Za specijalne ponude koje se odnose na PR (gostovanja, prilozi, najave, prezentacije) formiraju se posebne ponude u zavisnosti od vrste i termina emisija.

Član 14

Cijene oglašavanja za posebne programske događaje se utvrđuju posebnim cjenovnikom.

Cijene oglašavanja za značajne manifestacije mogu se utvrđivati posebnim cjenovnikom, ili kroz oblike sponzorskih ponuda.

Cijene oglašavanja na Radiju i web sajtu RTV Podgorica se utvrđuju posebnim cjenovnikom.

Član 15

Forma sponzorstava se primjenjuje i kada je riječ o posebnim sadržajima koji se odnose na producijski program RTV Podgorica, filmski, serijski.

Za sponzorstva emisija i programske blokove, Marketing RTV Podgorica sačinjava poseban Ugovor o sponzorisanju programa sa precizno definisanim pravima i obavezama.

Sponzorisani programi ne mogu neposredno da oglašavaju prodaju, kupovinu ili iznajmljivanje proizvoda i usluga sponzora ili trećeg lica, naročito posebnim upućivanjima na te prozvode i usluge u tim programima.

U programima elektronskih medija zabranjeno je sponzorisanje programa o društveno-političkim aktuelnostima. Političke stranke, koalicije i druge političke organizacije ne mogu biti sponzori radio-difuznog programa.

Član 16

Telešoping (kupovina od kuće, info-kupovina i sl.) je forma oglašavanja koja uključuje emitovanje direktne ponude prodaje proizvoda i usluga, koji se ne mogu naći u slobodnoj prodaji.

Telešoping blokovi se moraju identifikovati slikom i zvukom na početku i kraju svakog bloka na način da gledaocu bude jasno da se radi o komercijalnom sadržaju.

Programi posvećeni telešopingu moraju biti objavljeni u programskoj šemi.

Promovisanje proizvoda i usluga putem telešoping sadržaja emituje se isključivo između programa .

Telešoping sadržaji ne mogu bez prekidanja trajati kraće od 10 minuta, niti duže od 20 minuta i mogu se emitovati najviše 4 (četiri)puta dnevno.

Član 17

Marketing RTV Podgorica zadržava pravo da cijene emitovanja propagandnih poruka u pojedinim emisijama, programima i formama, utvrdi posebnim Odlukama.

U programima javnih radio-difuznih servisa vrijeme trajanja oglašavanja ne smije prelaziti 10% (6 minuta) po satu emitovanog programa.

Gratis emitovanja i popust može odobriti izvršni direktor ili šef marketinga RTV Podgorica.

RTV Podgorica može kreirati posebne sponzorske pakete za određene programske sadržaje.

Za direktne oglasivače izvršni direktor ili šef marketinga može odobriti popust u zavisnosti od visine budžeta koji ide od 35% do 50%.

Za polugodišnje ili godišnje ugovore odobravaju se dodatni popusti lojalnosti ili gratis PR aktivnosti, a sve u skladu sa potrebama kampanje i dogovora sa klijentom.

III-POSEBNI POPUSTI

Član 18

Za društveno odgovorne ili humanitarne akcije, koje su neprofitnog karaktera može se odobriti besplatna emitovanja.

Media plan kao i trajanje takvih emitovanja donosi Marketing RTV Podgorica, a odobrava izvršni direktor.

Reklamni spot može biti dužine do 40 sekundi, dok trajanje kampanje u kontinuitetu može da traje 14 dana.

Takođe, za takve kampanje, RTV Podgorica može odobriti gratis emitovanja u nekoj od emisija sopstvene produkcije i to do 5 minuta; Sve kampanje koje su kulturnog, umjetničkog, ekološkog, sportskog značaja, NVO i civilnom sektoru, turističkim organizacijama, zdravstvenim i prosvjetnim institucijama, može se odobriti popust do 60% a sve u skladu sa programskim i marketinškim mogućnostima RTV Podgorica.

IV-AGENCIJE

Član 19

Agencija mora biti registrovana za obavljanje marketinških djelatnosti.

Agencija stiče pravo na popust potpisivanjem ugovora.

Agencija može imati po pravilu marketinškog prostora više od 50% uz prethodnu saglasnost Savjeta.

Prilikom ugovaranja uslova Agencija može dobiti popust do 60%.

Agencija može dobiti popust na sponzorstva u visini do 30%.

Sa agencijom se mogu sklopiti ugovori i aneksi za određene klijente.

Dodatni popusti odobravaju se kroz knjižno odobrenje na kraju ugovorne ili kalendarske godine, nakon sto se uporede izvodi otvorenih stavki i utvrdi neto potrošnja agencije za tekuću godinu.

Skala bonusa (Agency Volume Bonus) je predmet agencijskih ugovora.

Član 20

Agencija može dobiti određene bonuse koji se odnose na promet u tekućoj godini, a koji imaju za cilj da podstaknu agenciju da uvećaju svoju potrošnju na RTV Podgorica. Skala bonusa raste proporcionalno potrošnji. Bonusi se odobravaju na kraju godine kada se usaglase IOS-i (izvod otvorenih stavki) i utvrdi potrošnja od strane Agencije, a isti se realizuje kroz knjižna odobrenja.

Agencija je dužna da RTV Podgorica na vijeme dostavlja marketinške dispozicije/naloge kao i da samostalno sprovodi media planiranje.

Ukoliko reklamni materijal koji je dostavljen od strane agencije ne odgovara programskom standard, RTV Podgorica nije u obavezi da isti emituje. RTV Podgorica je dužna da u pismenoj formi obavjesti Agenciju oko nemogućnosti emitovanja spornog reklamnog spota;

Programska šema RTV Podgorica je osnov za utvrđivanje dispozicije.

Agencija može dobiti popust od 10% na sponzorske pakete, kao i na PR aktivnosti.

RTV Podgorica sa Agencijom može zaključiti i poseban ugovor ili aneks za određene klijente, ukoliko je to u interesu RTV Podgorica, a po odobrenju izvršnog direktora.

V-OSTALI USLOVI

Član 21

RTV Podgorica pod jednakim uslovima garantuje ravnopravan status svih oglašivača.

Sadržaj svih marketinških ugovora predstavlja poslovnu tajnu, kao i svi podaci koje su ugovorne strane razmjenile prilikom sklapanja ugovora, osmi kada je zakonom drugačije propisano.

RTV Podgorica nije dužna da emituje reklamni materijal naručioca u slučajevima:

- a)ako materijal ne odgovara programskim i tehničkim standardima (tehnička; ispravnost, standard, format) i zakonskim propisima;
- b) ako se u terminu predviđenom za emitovanje reklamnih poruka emituje ili prenosi neka druga emisija od javnog ili državnog interesa;
- c)ako se naručilac ne pridržava ugovora koji je sklopio sa RTV Podgorica
- d)ako naručilac, na zahtjev RTV Podgorica nije dostavio dokaz da su uređena autorska druga prava;
- e)ako sadržaj reklamne poruke nije u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima, opštim aktima ili usvojenom programskom usmjerenu RTV Podgorica.

Član 22

RTV Podgorica zadržava pravo na izmjenu programske šeme.

VI-SISTEM POSTUPKA U ZAKLJUČIVANJU MARKETINŠKIH POSLOVA

Član 23

RTV Podgorica je dužan da vodi odvojeno računovodstvo za pružanje javnih usluga od obavljanja komercijalnih audio ili audiovizuelnih usluga.

Član 24

Za sve što nije uređeno ovim Pravilnikom primjenjivaće se Zakon o medijima, Zakon o elektronskim medijima, Pravilnik o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama i drugi važeći propisi.

Član 25

Ovaj pravilnik stupa na snagu danom donošenja.

PREDSJEDNIK SAVJETA

Živko Andrijišević



U Podgorici, 30 jun 2021. godine

Broj: