

17. 05. 2021

**SAVJET
RADIO I TELEVIZIJE CRNE GORE**

**Br:
Podgorica**

Na osnovu člana 25 stav 1 tačka 5 Zakona o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore ("Sl. List CG" broj 80/20) i člana 44 stav 2 tačka 8 Statuta Radio i Televizije Crne Gore, br:01-7250 od 17.12.2020.godine, Savjet Radio i Televizije Crne Gore na sjednici održanoj 10.05.2021. godine, donio je

**PRAVILNIK
O OGLAŠAVANJU, TELEŠOPINGU I SPONZORSTVU
U PROGRAMIMA RADIJA, TELEVIZIJE I PORTALA RTCG**

OSNOVNE ODREDBE

Član 1

Pravilnikom o oglašavanju, telešopingu i sponzorstvu u programima Radija, Televizije i Portala RTCG (u daljem tekstu: Pravilnik) propisuju se standardi oglašavanja, uslovi i kvote za oglašavanje, telešoping i sponzorstvo u programima Radija Crne Gore i Televizije Crne Gore, u skladu sa odgovarajućim zakonima i drugim pozitivnopravnim domaćim i međunarodnim aktima.

Član 2

Radio i Televizija Crne Gore (u daljem tekstu: RTCG) u pružanju usluga oglašavanja, telešopinga i sponzorstva u programima RTCG primjenjivaće Pravilnik o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama koji je donio Savjet Agencije za elektronske medije ("Sl. List CG", broj 36/11).

Član 3

Sastavni dio Pravilnika su Cjenovnici usluga oglašavanja, telešopinga i sponzorstva Radija Crne Gore od 05.04.2018. godine, Portala RTCG od 05.04.2018 godine i Televizije Crne Gore br. 01 - 1236 od 01.03.2019 godine.

Član 4

Sastavni dio Pravilnika je Obrazac o oglašavanju u skladu sa Pravilnikom o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. List CG" broj 36/11)

Naručilac je dužan da Službi marketinga RTCG koja emituje oglas, uz oglas dostavi i popunjeni obrazac o oglašavanju koji sadrži podatke o:

- 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 odgovog lica;
- 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);

- 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 imjesto izdavanja lične karte odgovornog lica) I
- 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).

Ako naručilac uz oglas ne dostavi obrazac o oglašavanju, ili dostavljeni obrazac ne sadrži propisane podatke, Služba marketinga oglas neće emitovati.

RTCG je dužna da Agenciji za elektronske medije, na njen zahtjev, dostavi kopiju popunjenog obrasca o oglašavanju.

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

RTCG je dužna da prikupljanje, čuvanje i raspolaganje ličnim podacima organizuje i sprovodi u skladu sa posebnim zakonom kojim je regulisana zaštita podataka o ličnosti.

Član 5

U programima RTCG nije dozvoljena politička propaganda osim u vrijeme predizborne kampanje.

OPŠTI USLOVI UGOVARANJA

Član 6

USLOVI NARUČIVANJA, UGOVARANJA I PLAĆANJA

Narudžbe za emitovanje reklamnog materijala dostavljaju se na zahtjevu (dispoziciji) koji sadrži: naziv naručioca, naziv proizvoda, naziv i trajanje spota, dan, datum i vrijeme emitovanja i naziv programa u okviru kojeg se promotivna poruka emituje.

Narudžbe za emitovanje se primaju najkasnije 24 sata (radnim danima) prije emitovanja; RTCG je dužna da čuva snimak emitovanog oglasa najmanje 30 dana od dana njegovog emitovanja.

Naručilac je u obavezi da prije potpisivanja ugovora dostavi Službi marketinga RTCG, OBRAZAC koji sadrži podatke o naručiocu reklame za pravno ili fizičko lice.

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

Za mjesečne naloge po osnovu godišnjih ugovora faktura se izdaje po isteku tekućeg mjeseca.

Ukoliko naručilac odustane od sklopljenog ugovora, dužan je RTCG nadoknaditi štetu u visini 10% od ukupne vrijednosti ugovora.

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

Šema radijskog i televizijskog programa je osnova za utvrđivanje dispozicije. RTCG 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 RTCG izda instrumente obezbjeđenja plaćanja.

Vrijeme emitovanja reklame određuje se prema terminu početka emisije.

Rok za prigovor na emitovanje reklamnog materijala je 10 dana.

RTCG 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 ne pridržava odredbi ugovora.

Kada je program sponzorisan u cijelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom ili nekim drugim simbolom sponzora na početku i na kraju programskog sadržaja.

Opšti uslovi iz cjenovnika RTCG sastavni su dio ugovora o oglašavanju.

U slučaju kada oglašivač ne izmiri prethodna dugovanja, RTCG može odbiti nalog za emitovanje

Član 7

KOREKCIJE CIJENA

Za premijum pozicije (prvi i posljednji u bloku) cijena se uvećava za 20 %.

Za poziciju drugi ili pretposlednji u bloku, cijena se uvećava za 10% .

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 + 30 % dodatnih na cijenu sekunde u određenom terminu.

Logotip, insertacija, krol, animirana insertacija, obračunavaju se kao cijena sekunde u tom terminu.

Voditeljska - spikerska najava je kratki PR sadržaj naručioca u maksimalnom trajanju do 40 sekundi.

Nagrada igra - studijska izvlačenja.

Naručilac je dužan pravovremeno osigurati svu potrebnu dokumentaciju na osnovu koje će se odvijati izvlačenje.

Reportaža je sažeti reklamni izvještaj u minimalnom trajanju od jednog minuta, koji se može emitovati u slobodnim terminima, shodno proramskoj šemi.

Ukoliko postoji prostor i zakonski osnov za emitovanje reportaže u prime time-u (19:00–23:00), emitovanje će se obračunavati po cijeni jedne sekunde u istom terminu, sa popustom shodno cjenovniku RTCG.

Kada je snimanje reportaže u produkciji RTCG, a van teritorije Podgorice, cijena se uvećava za visinu putnih troškova.

Gostovanje (razgovor u studiju), maksimalno može trajati 6 (šest) minuta.

Telešoping je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva pružanje direktne ponude za prodaju proizvoda, usluga i nepokretnosti, uz nadoknadu. Uslovi ugovaranja za posebne propagandne oblike telešoping - tv prodaja, definisaće se ugovorima.

Cijene oglašavanja za posebne sportske događaje, kao što su svjetska prvenstva, evropska prvenstva, olimpijske igre, teniski turniri i sl. mogu se utvrđivati posebnim cjenovnikom, ili kroz oblike sponzorskih ponuda. Posebni cjenovnici se mogu kreirati i za ostale programske forme, ukoliko to procijeni rukovodilac Službe marketinga.

Uz posebne forme sponzorstva, mogu se kreirati i ponude za televiziju, radio i portal i na taj način uvezati sva tri medija.

Član 8

DIREKTNI KLIJENTI/OGLAŠIVAČI

Klijent/oglašivač shodno visini budžetu, stiče pravo na količinski popust definisan skalom u cjenovniku RTCG.

Oglašivač ostvaruje pravo na dodatni popust zbrajanjem realizovanog neto budžeta tokom tekuće kalendarske godine.

Ukoliko je oglašivač u prethodnoj kalendarskoj godini realizovao neto budžet u iznosu preko 40.000 € prilikom ugovaranja uslova za tekuću godinu stiče pravo na stimulatívni (startni) popust u visini od 10 %.

Oglašivač koji se nije oglašavao na RTCG-u u prethodnih godinu dana ima mogućnost dobijanja stimulatívno popusta od 5%.

Direktni klijent može dobiti popust na sponzorstvo ili posebne ponude u visini od 10%.

Član 9

POSEBNI POPUSTI

Pozorištima, muzejima, umjetničkim galerijama, izdavačima knjiga, organizatorima koncerata, kulturnih i sportskih događaja, domaćoj kinematografiji, filmskim distributerima, novinskim izdanjima, turističkim organizacijama i zajednicama, zdravstvenim i prosvjetnim institucijama i ustanovama, nevladinim organizacijama i drugim organizacijama civilnog društva, javnim i državnim institucijama za akcije od javnog interesa i za ekološke akcije, može se odobriti popust 60%, ukoliko je u skladu sa programsko marketinškim mogućnostima RTCG.

Ovaj popust isključuje sve ostale popuste.

Za humanitarne akcije i druge akcije od javnog interesa koje su neprofitnog karaktera, mogu se odobriti besplatna emitovanja u skladu sa marketinškim mogućnostima RTCG, a na osnovu odobrenja generalnog direktora RTCG.

Odluka generalnog direktora o besplatnom emitovanju promotivnih sadržaja, objavljuje se na Portalu RTCG.

Maksimum trajanja besplatnog emitovanja promotivnog spota akcije/kampanje od javnog interesa je 21 dan, računajući od dana početka emitovanja predmetne kampanje, a shodno njenom važenju, roku ili bitnosti.

Spot akcije/kampanje od javnog interesa može trajati do 40 sekundi, a isti se može emitovati tri puta na dnevnom nivou od čega jedno emitovanje može da bude u prime time-u, a sve u dogovoru sa rukovodiocem sektora za marketing koji će napraviti procjenu u zavisnosti od popunjenosti reklamnih blokova.

Besplatna emitovanja za kampanje od javnog interesa ili humanitarnog značaja po podnošenju inicijativi od strane organizacije predlaže rukovodilac Službe marketinga generalnom direktoru koji daje svoje odobrenje.

Na reklamnom materijalu koji se odnosi na kampanje od javnog interesa, akcije humanitarnog karaktera, NVO sektora ili medijskog sponzorstva, logotipi sponzora mogu trajati najduže tri (3) sekunde. Na reklamnom materijalu nije dozvoljeno na bilo koji drugi način isticati sponzora.

Član 10

AGENCIJE

- a) Agencija mora biti registrovana za obavljenje marketinških djelatnosti;
- b) Agencija shodno visini budžeta, stiče pravo na količinski popust definisan skalom u cjenovniku RTCG;
- c) Ukoliko se na kraju ugovorne ili kalendarske godine utvrdi da agencija nije ostvarila ugovoreni neto budžet, RTCG će izvršiti dofaktorizaciju na neto realizovani budžet po skali definisanoj u cjenovniku RTCG. Korekcija faktura će se izvršiti na kraju ugovorne ili kalendarske godine, kada se usaglase izvodi otvorenih stavki i utvrdi potrošnja od strane agencije;
- d) Ukoliko se na kraju ugovorne ili kalendarske godine utvrdi da je agencija ostvarila veći neto budžet od ugovorenog, RTCG će odobriti bonus, koji će se obračunati na neto realizovani budžet po skali definisanoj u cjenovniku RTCG. Bonusi se odobravaju na kraju ugovorne ili kalendarske godine, kada se usaglase izvodi otvorenih stavki i utvrdi potrošnja od strane agencije, a realizuju se kroz knjižna odobrenja;
- e) Agencija je dužna da na vrijeme dostavlja marketinške dispozicije/naloga, kao i da samostalno sprovodi media planiranje;
- f) Ukoliko reklamni materijal koji je dostavljen od strane agencije ne odgovara programskom standardu RTCG nije u obavezi da isti emituje;
- g) RTCG je dužna da u pismenoj formi obavjesti Agenciju oko nemogućnosti emitovanja spornog reklamnog spota;
- h) Programska šema RTCG je osnov za utvrđivanje dispozicija.

Član 11

OSTALI USLOVI

RTCG pod jednakim uslovima garantuje ravnopravan status svih oglašivača.

Sadržaj svih marketinških ugovora predstavlja poslovnu tajnu, kao i svi podaci koje su ugovorene strane razmijenile prilikom sklapanja ugovora. Ovo ne važi jedino u slučaju zakonske obaveze;

RTCG nije dužna emitovati 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 RTCG;
- d) ako naručilac, na zahtjev RTCG nije dostavio dokaz da su uređena autorska i druga prava;
- e) ako sadržaj reklamne poruke nije u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima, opštim aktima ili usvojenom programskom usmjerenju RTCG.

U slučaju spora, nadležan je sud u Podgorici.

PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Član 12

Izmjene i dopune ovog Pravilnika vrše se na način i po postupku koji važi za njegovo donošenje.

Član 13

Danom početka primjene ovog Pravilnika, prestaje da važi Pravilnik o oglašavanju, telešopingu i sponzorstvu u programima Radija i Televizije Crne Gore broj 01-1763-14 od 26.03.2014. godine.

Član 14

Ovaj Pravilnik stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja na web-sajtu RTCG.

Predsjednik SAVJETA RTCG

dr Ivan Jovetić

