

Број: 574/2026
Датум: 14.05.2026.
Београд

ИЗВЕШТАЈ ЗА САВЕТ

**О БРОЈУ НЕПРАВИЛНОСТИ У ВЕЗИ СА ЗАКОНОМ О
ОГЛАШАВАЊУ КОД КОМЕРЦИЈАЛНИХ ТВ ПРУЖАЛАЦА
МЕДИЈСКИХ УСЛУГА (ПМУ) СА ДОЗВОЛОМ ЗА ПРУЖАЊЕ
МЕДИЈСКЕ УСЛУГЕ ЗА ПОДРУЧЈЕ ЦЕЛЕ РЕПУБЛИКЕ И КОД
ЈМУ РАДИО-ТЕЛЕВИЗИЈА СРБИЈЕ (РТС)**

АПРИЛ 2026.

ТАБЕЛА СА УКУПНИМ БРОЈЕМ УОЧЕНИХ НЕПРАВИЛНОСТИ

ПМУ	ТВ ПИНК	ТВ Б92	РТС 1	РТС 2	ХЕПИ ТВ	ПРВА
ЧЛАНОВИ ЗАКОНА						
<i>12</i>	8		1		5	
<i>23.6</i>			38	1		
<i>29.1.1</i>		12			3	60
<i>29.1.2</i>	92	2			3	58
<i>32</i>	23	18			16	
<i>33.4</i>	20	31				2
<i>34.1.2</i>		1				
<i>35.1</i>	6				2	10
<i>35.2</i>			2			
<i>37.1</i>					2	
<i>37.2</i>					1	
<i>37.3</i>	4					
<i>46.3.3</i>	7					
<i>65.2</i>					6	13
<i>65.6</i>		25				
<i>66.4</i>	10				4	100
Укупно (појединачно)	170	89	41	1	42	243
Укупно (сви)	586					

II НЕПРАВИЛНОСТИ - ПОЈЕДИНАЧНО ПО ПРУЖАОЦИМА МЕДИЈСКИХ УСЛУГА

ТВ ПИНК

Члан 12 [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.)]

Уочено је 8 неправилности. У програмским садржајима *Ново јутро* односе се на прикривено оглашавање у прилозима о активностима компаније „Дунав осигурање“ (полиса осигурања за пензионере за „само 1000 дин“) и дома здравља „Вест медик“ (акција за пензионере, локације клинике, упућивање на сајт). У програмским садржајима *Национални дневник* односе се на прикривено оглашавање у прилозима о активностима компаније „Универекспорт“ (акције, изузетно повољне цене). У програмским садржајима *Премијера викенд специјал* односе се на прикривено оглашавање приликом представљања листова „Скандал“ и „Свет“ (позивање на куповину). Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је приказано као информативни садржај, а има и сврху

оглашавања те је на тај начин могло да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе садржаја, јер није означено као оглашавање.

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочене су 92 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Ново јутро*, *Амици шоу*, *Пинкове звезде* и *Елита*. Неправилности се односе на непримерено појављивање ознаке производа, робних жигова или услуга различитих оглашивача у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије).

Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

Примери:

Пинкове звезде, 25.04.2026.



Ново јутро, 03.04.2026.



Елита, 03.04.2026.



Амици шоу, 21.04.2026.



Члан 32 (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочене су 23 неправилности. Приказано је оглашавање без одјавне шпике и необележено оглашавање (без најавне и одјавне шпике). Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

Члан 33 став 4 (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочено је 20 неправилности током приказивања вести (*Национални дневник*). Неправилности се односе на приказивање оглашавања током делова емисија вести који су трајали краће од 30 минута.

Члан 35 став 1 (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочено је 6 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

Члан 37 став 3 (ТВ продаја као посебан програмски садржај не може се емитовати у оквиру друге емисије, већ само између појединих емисија.)

Уочене су 4 неправилности. Односе се на приказивање ТВ продаје као посебног програмског садржаја у оквиру другог програмског садржаја (*Магазин ин*).

Члан 46 став 3 тачка 3 (Изузетно од забране оглашавања из става 1. овог члана, дозвољено је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола мањим од 20%:

3) путем електронских медија, у биоскопима, позориштима или другим просторима где се врши приказивање односно извођење представа, у термину од 18:00 до 06:00 часова, осим ако су тематски или циљно намењене деци или малолетницима;)

Уочено је 7 неправилности. Приказано је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола мањим од 20% (пиво Зајечарско, Јелен и Никшићко, вина Три козе, Тере Ђакомо, Душа монаха) ван дозвољеног периода.

Примери:

04.04.2026. 13:50:11 - 13:50:15

07.04.2026. 09:49:28 – 09:49:32



Члан 66 став 4 (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.).

Уочено је 10 неправилности у програмским садржајима *Амиџи шоу*, *Премијера викенд специјал* и *Пинкове звезде*. Односе се на непосредно подстицање навођењем квалитета робе или услуга више спонзора.

Наведене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се

могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

ТВ Б92

Члан 29 став 1 тачка 1 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;)

Уочено је 12 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *У туђој кожи* и *Моје село весело*. Неправилности су у вези са непосредним подстицањем – навођењем квалитета робе предузећа Тесла (*У туђој кожи*) и квалитета робе и услуге предузећа Интеркомерц Ник (*Моје село весело*), што је у супротности са чл. 3 Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочене су 2 неправилности у програмском садржају *У туђој кожи*. Односе се на коришћење крупног кадра ознаке месаре Карне Ивановић са производима и бројем телефона.

Пример: *У туђој кожи*, 4.04.2026.



Члан 32 (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочено је 18 неправилности. Приказано је необележено оглашавање - без најавне и одјавне шпице. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

Члан 33 став 4 (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочена је 31 неправилност током приказивања емисија вести и филма. Неправилности се односе на приказивање оглашавања током емисија вести које су трајале краће од 30 минута, као и током емисија вести и филма чији су делови трајали краће од 30 минута.

Члан 34 став 1 тачка 2 (Оглашавање, односно ТВ продаја могу се емитовати упоредо са емисијом која је у току, односно не прекидајући њен временски континуитет, уз коришћење електронско-графичких или других техничких средстава (нпр. виртуелно оглашавање, подела екрана, натписи на екрану, инсертери и сл.) под следећим условима:

2) ако су звуком, сликом или просторно одвојене од програмског садржаја током чијег трајања се емитују и ако то не омета праћење програмског садржаја.

Уочена је 1 неправилност у програмском садржају *Моје село весело*. Приказано је оглашавање (инсертер) упоредо са емисијом, које звуком,

сликом или просторно није одвојено од програмског садржаја током чијег трајања је емитовано.

Члан 65 став 6 (Медијске услуге или програмске садржаје не могу спонзорисати државни органи и организације и политичке организације.)

Уочено је 25 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Ауто мото шоу* и *Промо* (за емисију *Ауто мото шоу*). Спонзор емисија је државна организација Агенција за безбедност саобраћаја.

РТС 1

Члан 12 [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.)]

Уочена је 1 неправилност. Током укључења из Ауто мото Савеза Србије са актуелним информацијама о саобраћају, на екрану у позадини у више наврата приказане су поруке са огласним садржајем „бесплатна помоћ на путу и шлеп 24/7“ уз телефонски број 1987 и слику чланске картице АМСС, затим веб адреса „webshop.amss.org.rs“ и „помоћ на путу и шлеп“ уз телефонски број 1987. Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је приказано као информативни садржај, а има и сврху

оглашавања те је на тај начин могло да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе садржаја, јер није означено као оглашавање.

Члан 23 став 6 (Огласна порука намењена деци или малолетницима, не сме, уз податак о цени, садржати још и вредносни суд о цени, а нарочито речи „само”, „ситница”, „повољно” и сл.)

Уочено је 38 неправилности. У огласним порукама које се односе на играчке „зверићи“ наводи се и следеће: „Сакупљај налепнице и купи свог омиљеног зверића за само 699.99 динара“.

Члан 35 став 2 (У оквиру једног пуног сата емитованог програма установе јавног медијског сервиса и пружаоца медијске услуге цивилног сектора, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 10% времена.)

Уочене су 2 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 6 минута у једном пуном сату емитованог програма.

РТС 2

Члан 23 став 6 (Огласна порука намењена деци или малолетницима, не сме, уз податак о цени, садржати још и вредносни суд о цени, а нарочито речи „само”, „ситница”, „повољно” и сл.)

Уочена је 1 неправилност. У огласној поруци која се односи на играчке „зверићи“ наводи се и следеће: „Сакупљај налепнице и купи свог омиљеног зверића за само 699.99 динара“.

Национална ХЕПИ ТВ

Члан 12 [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног

лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.)]

Уочено је 5 неправилности у програмским садржајима *Добро јутро, Србијо* и *Радио Хепи*. Односе се на прикривено оглашавање у прилозима који имају комерцијалну природу - о новоотвореној продавници наочара за сунце *My Uncle* (*Добро јутро, Србијо* и *Радио Хепи*), новоотвореним продавницама *Универекспорт* и *Биостил* и туристичком објекту *Влашка кућа* (*Добро јутро, Србијо*). Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је приказано као информативни садржај, а има и сврху оглашавања те је на тај начин могло да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе садржаја, јер није означено као оглашавање.

Члан 29 став 1 тачка 1 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;)

Уочене су 3 неправилности у програмским садржајима *Музички специјал* и *Проводација*. У програмским садржајима *Музички специјал* неправилности су у вези са непосредним подстицањем навођењем квалитета и предности услуга оглашивача хотела *Меркур* у *Врњачкој Бањи*. У програмском садржају *Проводација* односе се на квалитет услуге и број телефона оглашивача *Слани* *залогаји*, што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа;

навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочене су 3 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Проводаџија* и *Музички специјал*. Неправилности се односе на коришћење крупног кадра ознаке оглашивача Хотел Меркур (*Проводаџија*) и ознаке оглашивача Слани залогаји (*Музички специјал*).

Примери:

Проводаџија, 27.04.2026.



Музички специјал, 12.04.2026.



Члан 32 (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочено је 16 неправилности. Приказано је оглашавање без најавне и одјавне шпице (програмски садржај *После ручка*), оглашавање без најавне шпице (програмски садржај *Пожели песму*) и оглашавање без одјавне шпице (програмски садржај *Радио Хепи*). Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

Члан 35 став 1 (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочене су 2 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

Члан 37 став 1 (Емитовањем ТВ продаје као посебног програмског садржаја сматра се емитовање ТВ продаје као посебне емисије која представља засебну програмску целину у оквиру програма и одвојена је од остатка програма одговарајућом шпицом.)

Уочене су 2 неправилности. Приказане су ТВ продаје као посебни програмски садржаји без најавне или одјавне шпице.

Члан 37 став 2 (Посебна емисија ТВ продаје мора бити јасно обележена сликом и звуком, и то посредством најавне и одјавне шпице која садржи текстуално обавештење из чијег садржаја јасно проистиче да је реч о посебној емисији ТВ продаје (ТВ продаја или ТВ куповина) и мора да траје 15 минута непрекидно.)

Уочена је 1 неправилност. Приказана је ТВ продаја као посебан програмски садржај који је трајао краће од 15 минута.

Члан 65 став 2 (Спонзорисани програмски садржај мора бити јасно означен као такав навођењем имена, знака или другог симбола спонзора (нпр. означавањем имена робе или услуге или другог препознатљивог знака спонзора) на почетку и на крају, а може и током програмског садржаја.)

Уочено је 6 неправилности у програмским садржајима *Добро вече* и *Квиз: Један на један*. У програмским садржајима *Добро вече* неправилности се односе на приказивање спонзора (Фемисан) без ознаке спонзорства и то током програмског садржаја. У програмском садржају *Квиз: Један на један* неправилности се односе на приказивање слике спонзора (Балкан фан) која није непокретна, што је у супротности са чл. 9 ст. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Ако се приликом обавештавања о спонзору користи слика (нпр. ако се путем екрана присутног у сценографији приказује назив спонзора, слика његове робе, робне или услужне ознаке, или ако се то чини путем инсертера и сл.), она може бити само непокретна“).

Члан 66 став 4 (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.).

Уочене су 4 неправилности. У програмским садржајима *Проводација* неправилности се односе на непосредно подстицање навођењем квалитета робе спонзора („Медела“ штрудле и слаткиши). У програмским садржајима *Добро вече* односе се на навођење квалитета или ефикасности робе спонзора („Фемисан А“ капсуле).

Уочене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

ПРВА

Члан 29 став 1 тачка 1 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;)

Уочено је 60 неправилности у програмским садржајима *Квиз: погоди цену тачно, Жикина шареница, Практична жена, 150 минута* и *Радна акција са Тамаром*. Неправилности су у вези са непосредним подстицањем навођењем квалитета, предности и ефикасности робе или услуге, као и навођење адресе, веб адресе и водећег положаја на тржишту, што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

Члан 29 став 1 тачка 2 (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочено је 58 неправилности.

У програмским садржајима *Квиз: Погоди цену тачно*, *Практична жена* и *Радна акција са Тамаром* неправилности се односе на коришћење крупних кадрова разних производа.

Уочено непримерено појављивање пласираног производа у програмским садржајима *Звезде Гранда* у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

Примери:

Квиз: Погоди цену тачно, 29.04.2026.



Звезде Гранда, 4.04.2026.



Радна акција са Тамаром, 29.04.2026.



Практична жена, 3.04.2026.



Члан 33 став 4 (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игрane серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочене су 2 неправилности. Односе се на објављивање оглашавања током делова филмова који су трајали краће од 30 минута.

Члан 35 став 1 (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочено је 10 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

Члан 65 став 2 (Спонзорисани програмски садржај мора бити јасно означен као такав навођењем имена, знака или другог симбола спонзора (нпр. означавањем имена робе или услуге или другог препознатљивог знака спонзора) на почетку и на крају, а може и током програмског садржаја.)

Уочено је 13 неправилности у програмском садржају *Радна акција са Тамаром*. Није приказано обавештење о спонзору на крају.

Члан 66 став 4 (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.)

Уочено је 100 неправилности. У програмским садржајима *Квиз: Победник* и *Промо* односе се на непосредно подстицање навођењем квалитета услуге

спонзора (МТС). У програмским садржајима *Радна акција са Тамаром* односе се на непосредно подстицање навођењем квалитета робе (НИС петрол) и квалитета робе, предности услуге као и места где се може купити роба спонзора (Нис петрол бензинске пумпе). У програмским садржајима *Звезде Гранда* односе се на непосредно подстицање навођењем ефикасности робе спонзора (Линекс).

Наведене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

Извештај је написан на основу података добијених из софтвера након извршеног надзора и контроле од стране аналитичара и асистената аналитичара. Број неправилности који ће бити судски процесуиран може варирати у зависности од накнадних провера.

Служба за надзор и анализу

Марио Брудар, заменик начелника