



Centar za građansko obrazovanje  
Centre for Civic Education



# Jednake šanse za sve medije

Podgorica, decembar 2016.





# Jednake šanse za sve medije

Podgorica, decembar 2016.

# JEDNAKE ŠANSE ZA SVE MEDIJE U CRNOJ GORI

## godišnji izvještaj za 2015.

### Izdavač:

Centar za građansko obrazovanje (CGO)



Centar za građansko obrazovanje  
Centre for Civic Education

### Urednica:

Daliborka Uljarević

### Autorka:

Ana Nenezić

### Saradnici na publikaciji:

Mina Kalezić

Nikola Bošković

### Dizajn i produkcija:

Centar za građansko obrazovanje (CGO)

ISBN 978-86- 85591-80- 8  
COBISS.CG-ID 32006672





# Sadržaj

<b>Uvod</b>	6
<b>Metodološke napomene</b>	9
<b>Mediji u Crnoj Gori</b>	<b>10</b>
Opšti pregled	10
Pravni i institucionalni okvir	11
Prihodi RTCG iz budžeta Crne Gore u 2015.	13
Lokalni javni servisi	14
<b>Javna potrošnja u medijskom sektoru u Crnoj Gori za 2015.godinu</b>	<b>17</b>
<b>Uporedni podaci za 2013, 2014, i 2015. godinu</b>	<b>63</b>
<b>Primjena zakona o slobodnom pristupu informacijama</b>	<b>72</b>
<b>Zaključci i preporuke</b>	<b>74</b>
<b>Prilozi</b>	<b>77</b>
<i>Prilog 1: Prijedlozi amandmana CGO-a na set medijskih zakona, zakona o Javnim nabavkama i Zakona o državnoj pomoći</i>	<i>77</i>
<i>Prilog 2: Prilog 2: Odluka Centralne banke o finansijskoj pomoći medijima – primjer Nova Pobjeda</i>	<i>83</i>
<i>Prilog 3: Spisak svih organa javnog sektora koji su bili predmet istraživanja CGO-a</i>	<i>84</i>



# Uvod

Projekat „**Jednake šanse za sve medije**“ ima za cilj da doprinese kreiranju jasnih mehanizama kontrole finansiranja medija iz javnih fondova i dodjele državne pomoći medijima u Crnoj Gori, a u skladu sa propisima Evropske unije i najboljim međunarodnim praksama i standardima.

Dodatno, opšti cilj projekta je da unaprijedi svijest zainteresovane javnosti o odgovornom trošenju novca iz Budžeta Crne Gore, ukazivanjem na odnos koji javni sektor u Crnoj Gori ima prema medijima, a kroz novčana izdvajanja po različitim osnovama. Javni sektor, kao predmet istraživanja, po Zakonu o budžetu Crne Gore, obuhvata državne organe, opštine (jedinice lokalne samouprave), nezavisna regulatorna tijela, javne ustanove i privredna društva u kojima država ili opštine imaju većinski vlasnički udio, pravosuđe (sudove i tužilaštva), Zaštitnika ljudskih prava i sloboda, i druge.

Centar za građansko obrazovanje (CGO) je ovu temu otvorio u Crnoj Gori i prati je već pet godina. U tom pravcu, CGO je do sada sačinio četiri nacionalna i jedan međunarodni izvještaj<sup>1</sup>, koji su relevantni izvori za brojne međunarodne zainteresovane adrese.

U cilju kontinuiranog praćenja ove problematične oblasti, ponovo je sprovedeno opsežno istraživanje, kroz koje su prikupljeni podaci za 2015.godinu, a koji se odnose na to kojim medijima, agencijama za odnose sa javnošću, produkcijskim kućama i agencijama za istraživanje javnog mnjenja, i u kojem iznosu, su organi javnog sektora na osnovu ugovora o pružanju usluga, specijaliziranih usluga ili po drugim osnovama uplatili novčana sredstva. Izrađena je i analiza koja daje ažuriran i sveobuhvatan pregled raspodjele javnih sredstava medijima za tu godinu – na nacionalnom i na lokalnom nivou. Takođe, s obzirom da se sada već može govoriti o trendovima u načinu raspodjele novca iz budžeta Crne Gore za finansiranje medija, dat je ilustrativan presjek ukupnih izdvajanja u trogodišnjem periodu.

Takođe, publikacija sadrži analizu medijskog normativnog i institucionalnog okvira, kao i primjene Zakona o slobodnom pristupu informacijama. Konačno, u odnosu na predmetne teme, publikacija daje zaključke i preporuke za unaprijeđenje postojećeg stanja, uključujući i prijedloge za izmjene i dopune shodnog zakonodavnog okvira, za koje se CGO zalaže,

---

<sup>1</sup> <http://cgo-cce.org/izdavastvo/demokratija-izdavastvo/#.WFhyHyMrLfZ>

a kako bi ovaj proces bio usklađen sa *aquis communitaire* u sferi slobode izražavanja i nezavisnosti medija, konkurencije, dodjele državne pomoći i javnih nabavki.

Nalazi prethodna četiri nacionalna izvještaja - "Koliko i kome poreski obveznici plaćaju reklamiranje" (2011), "Koliko i kome poreski obveznici plaćaju reklamiranje" (2012), "Jednake šanse za sve medije u Crnoj Gori" (2013), "Jednake šanse za sve medije u Crnoj Gori" (2014), kao i međunarodnog "Urušavanje sloboda – mediji i prikrivena cenzura u Crnoj Gori" (2015), pokazali su da postoje brojne nejasnoće kada je u pitanju finansiranje medija iz Budžeta, kao i potreba da se ova oblast uredi. Uočena je tendencija državnih organa da zadrže svoj uticaj na medije kroz selektivno i netransparentno finansiranje, čime se direktno ugrožavaju tržišni uslovi i konkurencija, ali i vrši indirektan pritisak na uređivačku politiku. Nedovoljna transparentnosti ovog procesa i (ne) postojanje preciznih i obavezujućih kriterijuma za raspodjelu sredstava, uz neizveden zakonodavni okvir dodatno negativno utiče na sve lošije stanje u medijima u Crnoj Gori.

Imajući u vidu da je **procijenjeno marketinško tržište u Crnoj Gori 9 - 9,5 miliona EUR<sup>2</sup>**, godišnji iznosi koji se iz javnih fondova uplaćuju medijima ukazuju da država ostaje pojedinačno jedan od ključnih faktora koji može oblikovati ovo tržište na štetu ili na korist pojedinih medija, a samim tim i njihovu održivost.

U prosjeku, po dostupnim podacima CGO-a koji se uglavnom odnose na informacije od 66% ili 67% organa javnog sektora, **iz javnih fondova se u medije godišnje ulaže oko 2.5 miliona eura**, a što ne uključuje još oko 30% onih organa koji odbijaju dostaviti te informacije. To znači da se **radi o minimalnoj realnoj cifri**, za koju se osnovano može pretpostaviti da je značajno, ako ne i duplo, veća. Dodatno, to ne uključuje ni izdvajanja za javni servis RTCG, kao ni za lokalne javne servise.

Godina	Iznos sredstava
2014	2.125.791,78 <sup>3</sup>
2013	2.196.739,00 <sup>4</sup>
2012	852.059,00 <sup>5</sup>
2011	2.642.070,83 <sup>6</sup>

2 <https://www.irex.org/sites/default/files/2015-msi-montenegro.pdf>

3 <http://media.cgo-cce.org/2015/12/cgo-cce-jednake-sanse-za-sve-medije-u-cg.pdf>

4 <http://media.cgo-cce.org/2013/09/cgo-izdavastvo-koliko-i-kome-poreski-obveznici-u-crnoj-goric-placaju-za-reklamiranje-2012.pdf>, iznos se odnosi samo na Vladu i Skupštinu Crne Gore, a ne i na lokalni nivo

5 <http://media.cgo-cce.org/2013/09/cgo-izdavastvo-koliko-i-kome-poreski-obveznici-u-crnoj-goric-placaju-za-reklamiranje-2011.pdf>, <http://media.cgo-cce.org/2013/09/cgo-izdavastvo-koliko-kojim-mediji-ma-i-srodnim-agencijama-opstine-u-crnoj-gori-placaju-za-usluge-2011.pdf>

6 [http://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement/sites/near/files/pdf/key\\_documents/2016/20161109\\_report\\_montenegro.pdf](http://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement/sites/near/files/pdf/key_documents/2016/20161109_report_montenegro.pdf)

Ovi nalazi CGO-a pobudili su, od samog početka objavljivanja, pažnju i relevantnih međunarodnih aktera, za razliku od crnogorskih nadležnih institucija koje su uporno ignorisale problem pravno neuređene oblasti finansiranja medija iz javnih fondova i praktičnog favorizovanja pojedinih medija u procesu ovih izdvajanja. Evropska komisija u svom **Izveštaju za Crnu Goru za 2016**<sup>7</sup>. godinu, u dijelu koji se odnosi na slobodu izražavanja, postavlja ovo pitanje kao jedan od četiri prioriteta koja treba prioritetno riješiti. Preciznije, EK snažno preporučuje: **„Crna Gora posebno treba, kroz adekvatna pravna rješenja, da osigura transparentnost i nediskriminaciju medija u pogledu državnog oglašavanja.“**

Ovoj ocjeni prethodile su brojne blaže konstatacije u ranijim izvještajima Evropske komisije, koje su crnogorske institucije ignorisale. Na primjer, u izvještaju Evropske komisije za 2015. godinu stajalo je: „Postoji zabrinutost u pogledu transparentnosti i nediskriminacije medija **u oblasti oglašavanja državnih institucija**. Nesigurna ekonomska situacija novinara ih stavlja pod rizik od miješanja u uredničku politiku i moguće autocenzure. Činjenica da su mnoge medijske kuće nisu finansijski održive ima negativan uticaj na kvalitet izvještavanja i profesionalnost“<sup>8</sup>. To se nadovezalo na ranije iznešenu ocjenu iz Izvještaja za 2013. godinu: „Postoji zabrinutost u vezi sa dodjelom državne pomoći i finansiranjem oglašavanja u štampanim medijima u toku 2012. godine, koji nijesu u skladu sa pravilima o javnim nabavkama i mogu ugroziti konkurentnost na medijskom tržištu.“<sup>9</sup> Međunarodna nevladina organizacija Reporteri bez granica pozicionirala je Crnu Goru na 106. mjestu od 180 zemalja u svom Svjetskom indeksu medijskih sloboda za 2016. godinu<sup>10</sup>. Taj izvještaj uzima u obzir više faktora: nivo zloupotrebe medija, stepen pluralizma, nezavisnost, autocenzuru, pravni okvir, transparentnost, i infrastrukturu. U izvještaju Freedom House-a „Nacije u tranziciji 2016“<sup>11</sup>, rejting Crne Gore, kada je riječ o nezavisnim medijima, je 4.50 (na skali od 1-7, pri čemu je 7 najlošija ocjena), a u posljednjem izvještaju se konstatuje da „nezavisni mediji nastavju da se bore sa finansijskim izazovima, dok vlasti daju finansijsku podršku odabranim medijima“.

Bez jasnog mehanizma za dodjelu sredstava iz Budžeta i medijima, distribucija ovih sredstava može izazvati ozbiljne devijacije na medijskom tržištu i ugroziti funkcionisanje jednih, ili unaprijediti poslovanje drugih medija na diskriminatornoj osnovi i suprotno politici konkurencije EU. Građani i građanke, kao poreski obveznici imaju pravo da znaju kako se troše javna sredstva, kao i da li način raspodjele tih sredstava utiče na nepristrasno izvještavanje medija o državnim organima i donosiocima odluka, odnosno u kojem mjeri ta raspodjela (ne)podržava pluralizam medija.

Ovaj izvještaj ukazuje na kontinuirano postojanje mehanizama kojima se može vršiti kontrola i pritisak na medije i nudi preporuke kojima bi se prekinula takva loša praksa, koja građanima Crne Gore uskraćuje pravo na slobodne i nezavisne medije, koji mogu tačno i nepristrasno izvještavati o aktivnostima vlasti, političkih partija, drugih institucija, kao i o drugim pitanjima od javnog značaja.

7 [http://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement/sites/near/files/pdf/key\\_documents/2016/20161109\\_report\\_montenegro.pdf](http://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement/sites/near/files/pdf/key_documents/2016/20161109_report_montenegro.pdf)

8 [http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key\\_documents/2015/20151110\\_report\\_montenegro.pdf](http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2015/20151110_report_montenegro.pdf)

9 [http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key\\_documents/2013/package/mn\\_rapport\\_2013.pdf](http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2013/package/mn_rapport_2013.pdf)

10 <https://rsf.org/en/ranking>

11 <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2016/montenegro>





# Metodološke napomene

Istraživanje „Jednake šanse za sve medije u Crnoj Gori“ sprovedeno je u periodu od maja do decembra 2016. godine.

Podaci su prikupljeni na osnovu *Zakona o slobodnom pristupu informacijama*, a odnosili su se na informacije o utrošku javnih sredstava od strane javnog sektora za usluge reklamiranja i oglašavanja u medijima, po osnovu ugovora o pružanju usluga, specijalizovanim uslugama ili drugim osnovima.

Dodatno, za prikupljanje podataka koji se odnose na izdvajanje sredstava za finansiranje rada lokalnih javnih emitera i izdvajanja za komercijalne radio emitere iz fonda Agencije za elektronske medije, kao izvor su korišćeni usvojeni budžeti, kao i završni računi budžeta lokalnih samouprava za 2015.godinu, odnosno zvanične odluke Savjeta Agencije za elektronske medije, preuzete sa sajta ove institucije.

Radi šireg prikaza konteksta i položaja medija u crnogorskom društvu, dat je i pregled medijskog pravnog i institucionalnog okvira, kao i dodatne informacije sadržane u dokumentima zvaničnih nacionalnih regulatornih tijela, izvještaja međunarodnih i domaćih nevladinih organizacija, i iz arhive medija.

Izvještaj sadrži i informacije o finansiranju nacionalnog javnog servisa RTCG, u dijelu finansiranja iz državnog budžeta, kao i institucionalno-pravni i finansijski okvir poslovanja lokalnih javnih emitera.

Ovakav način obrade prikupljenih podataka pruža uvid u finansiranje medija, kako javnih tako i komercijalnih, od strane države, i mapira opseg uticaja koje organi javnog sektora imaju na medijskom tržištu.



# Mediji u Crnoj Gori

## Opšti osvrt

Medijska scena u Crnoj Gori je pluralistička, odnosno postoji veliki broj medijskih kuća aktivnih na malom tržištu sa 647,073 stanovnika.<sup>12</sup> Prema zvaničnim podacima Agencije za elektronske medije iz 2015.godine, u Crnoj Gori postoji 23 TV kanala, 55 radio stanica, pet dnevnih novina i tri nedjeljnika. Jedina crnogorska novinska agencija je MINA, koja je u privatnom vlasništvu. I pored njihove rastuće popularnosti, još uvijek nema zvanične sveobuhvatne liste portala ili elektronskih magazina.<sup>13</sup> Procjena ukupnog medijskog marketinškog tržišta u Crnoj Gori, za 2015.godinu, po IREX-u, koji se poziva na izvor Direct media agencije, je 9 - 9,5 miliona EUR.<sup>14</sup>

Zakonodavni i institucionalni okvir je zaokružen i u najvećem dijelu usklađen sa međunarodnim preporukama. Njime se garantuje pravo na slobodno izražavanje, slobodu i nezavisnost medija. Ipak, mediji i novinari su u svom radu često izloženi ozbiljnim ograničenjima svojih sloboda i prava. Istraživanja ukazuju da se stanje slobode medija kontinuirano pogoršava tokom posljednjih godina, kao i da većina novinara negativno ocjenjuje slobodu medija u zemlji.

Nakon direktnih napada, mediji i medijski poslenici, posljednjih godina su izloženi drugim vidovima pritisaka, koji su najvidljiviji kroz finansijske pritiske i definišu se kao prikrivena odnosno „mekka“ kontrola (eng. *soft censorship*). O postojanju elemenata prikrivene kontrole medija u Crnoj Gori, CGO je, u saradnji sa Svjetskim udruženjem novinara i novinskih izdavača (WAN-IFRA), Centrom za međunarodnu pomoć (CIMA), pripremio i predstavio izvještaj „*Urušavanje sloboda: mediji i prikrivena cenzura u Crnoj Gori*“<sup>15</sup>, koji sadrži konkretne podatke i informacije, prikupljene na bazi istraživanja, o tome da javne institucije u Crnoj Gori pokušavaju da manipulišu medijima i da utiču na njihovu uređivačku politiku putem selektivnog i netransparentnog finansiranja, vršeći pritisak i stvarajući uslove za nelojalnu konkurenciju na medijskom tržištu.

12 <http://www.monstat.org/cg/novosti.php?id=257>

13 [www.ardcg.org](http://www.ardcg.org).

14 <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2015-montenegro.pdf>

15 <http://media.cgo-cce.org/2015/11/cgo-cce-prikrivena-kontrola-medija-u-cg.pdf>

## Pravni i institucionalni okvir


U Crnoj Gori danas postoji čitav niz zakonskih i institucionalnih garancija slobode izražavanja i medijskih prava. Ustav, Zakon o medijima i Zakon o elektronskim medijima garantuje slobodu izražavanja, slobodu formiranja medijske kuće i uređivačku nezavisnost emitera od strane države. Krajem 2002. godine, Skupština Crne Gore je usvojila set zakona kojima se reguliše medijska sfera: Zakon o medijima, Zakon o radio-difuziji i Zakon o javnim radio-difuznim servisima Radio Crne Gore i TV Crne Gore. Ova tri zakona su pripremljena u saradnje sa Savjetom Evrope i OEBS-om, i usklađena su sa evropskim standardima. Tako je stvorena osnova za medijski pluralizam, proces transformacije medija u državnom vlasništvu, kao i osnivanje nezavisnih regulatornih agencija koje dodatno uređuju ovu oblast. *Zakon o medijima* nije pretrpio značajne izmjene, dok su *Zakon o radio-difuziji* i *Zakon o javnim radio-difuznim servisima* imali više izmjena i dopuna.

CGO je i ranije ukazivao da **Zakon o medijima** treba mijenjati jer je praksa prevazišla njegove odredbe, kao i da tim izmjenama i dopunama treba pravno urediti i osigurati transparentno oglašavanje državnih institucija, lokalnih samouprava i svih organizacija koje se finansiraju djelimično ili potpuno iz budžeta, u štampanim i elektronskim medijima. Dodatno, unaprijeđenje zakonskih rješenja, koja su usvojena prije 14 godina, primjena propisa koji sprječavaju miješanje vlasti u poslovanje medija i njihovo izvještavanje i jačanje profesionalnih standarda ključni su za početak oporavka medijske scene u Crnoj Gori, koja je duboko polarizovana i ne vrši svoju osnovnu ulogu - nepristrasno i objektivno informisanje građana i građanki o svim značajnim društveno političkim temama.

Stoga je CGO, nakon više neuspjelih pokušaja da skrene pažnju nadležnih organa na rastući problem, u saradnji sa pravnim stručnjacima, pripremio amandmane na set medijskih zakona, ali i Zakona o javnim nabavkama i Zakona o državnoj pomoći, kako bi doprinio uspostavljanju jasnih mehanizama kontrole finansiranja iz javnih fondova i dodjele državne pomoći. Usvajanjem predloženih amandmana kreirao bi se okvir koji obezbijeduje jednake šanse za sve medije, a ograničava diskreciona prava starješina državnih i lokalnih organa da usmjeravaju značajna finansijska sredstva prema medijima bez jasnih kriterijuma i procedura. Prijedlozi amandmana predstavljeni su direktno tokom marta i aprila 2016. godine svim poslaničkim klubovima u Skupštini Crne Gore, i tokom sastanaka sa klubovima dobili načelnu podršku većine predstavnika poslaničkih klubova<sup>16</sup>.

Dodatno, Sporazum o stvaranju uslova za slobodne i fer izbore, između vlasti i opozicije, potpisan u aprilu 2016. godine, jasno je propisao: „*politički subjekti – potpisnici Sporazuma konstatuju da je u zakonodavnom okviru potrebno urediti pravila i kriterijume za oglašavanje u medijima koja obavezuju državne organe i ostale subjekte sa javnim ovlašćenjima*“. U duhu potpisanog Sporazuma, poslanici iz opozicionih političkih partija - Rifat Rastoder (SDP), Dritan Abazović (URA) i Zoran

16 <http://cgo-cce.org/2016/04/09/cgo-zaokruzio-konsultacije-o-amandmanima-za-uspostavljanje-jed-nakih-sansi-za-sve-medije/#.WFkmASMrLfY>



---

Miljanić (DEMOS) - uputili su Skupštini Crne Gore Predlog zakona o izmjenama i dopunama Zakona o medijima<sup>17</sup>, čiji su sastavni dio bili i prijedlozi amandmana CGO-a, koje su njihove partije i ranije podržale. Takođe, trojica poslanika su predložili i Predlog izmjena i dopuna Zakona o elektronskim medijima i Predlog izmjena i dopuna Zakona o RTCG, ali tim pitanjem se CGO nije bavio u istom obimu kao sa gore navedenim.

Prije rasprave u plenumu, Odbor za politički sistem, pravosuđe i upravu je organizovao raspravu o Predlogu zakona o izmjenama i dopunama Zakona o medijima u julu 2016. godine, ali je ona istog dana otkazana zbog nedostatka kvoruma, tj. bojkota vladajuće Demokratske partije socijalista (DPS). Konačno, nakon rasprave u plenumu, Skupština nije usvojila Predlog izmjena i dopuna Zakona o medijima, jer za to nije bilo podrške od strane vladajuće DPS, čime je direktno prekršen Sporazumu o stvaranju uslova za fer i slobodne izbore, ali i propuštena prilika da se navedena oblast pravno uredi i onemogućuje dalje zloupotrebe državnog novca za uticaj na medije i njihovu uređivačku politiku.

Sve ovo se vratio kao bumerang kroz ovogodišnje ocjene sadržane u izvještaju Evropske komisije za 2016. godinu i postavljanje ovog pitanja kao jednog od prioritarnijih. Sada se očekuje veća otvorenost nadležnih institucija, a CGO će nastaviti sa svojim aktivnostima u pravcu zastupanja potrebnih zakonskih izmjena i praktične primjene tih izmjena.

**Zakon o elektronskim medijima** usvojen je jula 2010. godine, a imao je prve izmjene i dopune 2011. godine. Njime se uređuju prava, obaveze i odgovornosti pravnih i fizičkih lica, koja obavljaju djelatnost proizvodnje i pružanja audiovizuelnih medijskih usluga (u daljem tekstu: AVM usluga), usluga elektronskih publikacija putem elektronskih komunikacionih mreža, nadležnosti, status i izvori finansiranja Agencije za elektronske medije, sprječavanje nedozvoljene medijske koncentracije, podsticanje medijskog pluralizma i druga pitanja od značaja za oblast pružanja AVM usluga, u skladu s međunarodnim konvencijama i standardima. Nezavisni regulatorni organ za oblast AVM je Agencija za elektronske medije. Organi Agencije su Savjet i Direktor. Članove Savjeta bira Skupština Crne Gore, na prijedlog predstavnika emitera, crnogorskog P.E.N-a i nevladinih organizacija, dok se direktor bira na osnovu javnog konkursa, čime bi trebalo da bude zaokružen zakonski okvir za nezavisnost rada ovog regulatornog tijela. Ipak, u praksi su zabilježene kontraverze prilikom izbora pojedinih članova Savjeta Agencije i odlučivanje Skupštine suprotno volji predlagača iz NVO sektora.<sup>1819</sup>


**Zakon o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore** uređuje status Radio i Televizije Crna Gora (RTCG), čiji je osnivač država Crna Gora. Zakonom se definišu prava

---

17 <http://www.skupstina.me/zakoni/web/dokumenta/zakoni-i-drugi-akti/1142/1197-7640-10-3-16-2.pdf>

18 [http://www.monitor.co.me/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5770:izbor-savjeta-agencije-za-elektronske-medije-vladajua-veina-kao-zakon-&catid=3996:broj-1268&Itemid=5280](http://www.monitor.co.me/index.php?option=com_content&view=article&id=5770:izbor-savjeta-agencije-za-elektronske-medije-vladajua-veina-kao-zakon-&catid=3996:broj-1268&Itemid=5280),  
<http://www.vijesti.me/vijesti/koljenovic-prosao-mimo-volje-nvo-sektora-892777>

19 <http://www.vijesti.me/vijesti/koljenovic-prosao-mimo-volje-nvo-sektora-892777> [http://www.monitor.co.me/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5770:izbor-savjeta-agencije-za-elektronske-medije-vladajua-veina-kao-zakon-&catid=3996:broj-1268&Itemid=5280](http://www.monitor.co.me/index.php?option=com_content&view=article&id=5770:izbor-savjeta-agencije-za-elektronske-medije-vladajua-veina-kao-zakon-&catid=3996:broj-1268&Itemid=5280)



---

i obaveze RTCG-a, kao i programska nezavisnost u odnosu na osnivača. Član 13 Zakona definiše da RTCG samostalno uređuje programsku šemu, utvrđuje koncepciju proizvodnje i emitovanja programa, uređuje i emituje informacije o aktuelnim događajima i samostalno organizuje obavljanje djelatnosti. Finansiranje RTCG-a definisano je u Članu 15 Zakona i navodi sa da sredstva stiče: iz dijela opštih prihoda budžeta Crne Gore, u iznosu od 1,2% od tekućeg budžeta; proizvodnjom i emitovanjem reklaminih sadržaja; proizvodnjom i prodajom autovizuelnih djela; iz sponzorstava programskih sadržaja; organizovanjem koncerata i drugih priredbi; iz Budžeta Crne Gore; iz drugih izvora, u skladu sa Zakonom. U praksi, navedeni model pokazao se kao nefunkcionalan, jer se nije uspjela obezbijediti ekonomska održivost javnog servisa. RTCG posluje sa gubicima i jasno je da dosadašnja izdvajanja iz državnog Budžeta nijesu bila dovoljna da obezbijede nesmetan rad ovog medija, već je to iziskivalo dodatna izdvajanja u vidu finansijske pomoći i preuzimanja dugova RTCG-a od strane države. Nedavnim usvajanjem izmjena i dopuna ovog Zakona, stvorili su se zakonski uslovi za povećanje budžetskih izdvajanja za poslovanje RTCG-a, te se sa 12.600.000 EUR na godišnjem nivou, može očekivati da javni servis obezbijedi finansijsku održivost. S druge strane, u javnosti se često dovodi u pitanje poštovanja principa nezavisnosti i nedovoljne zastupljenosti pluralizma mišljenja na RTCG, koji bi to po svojoj misiji morao obezbijediti.

Dalje, **po Statutu RTCG-a**, ovo javno preduzeće u obavezi je da na web sajtu objavljuje usvojene finansijske planove, izvještaje i godišnji završni račun. U *finansijskom izvještaju*<sup>20</sup> za 2015. godinu iskazan je ukupan budžet u iznosu od **14.730.083 EUR**, od čega je iz budžeta Crne Gore izdvojeno **12.600.000 EUR**. Sredstva iz budžeta Crne Gore čine i čini više od 85% ukupnih prihoda.

### **Prihodi RTCG-a iz budžeta Crne Gore u 2015. godini<sup>21</sup>**

U 2015. godini, Radio i Televizija Crne Gore je ostvarila ukupne prihode u iznosu od 14.730.083 EUR, koji su veći za 1.689.502 EUR u odnosu na prethodnu godinu. Ukupni javni prihodi RTCG u 2015. godini iz Budžeta iznosili su 12.850.000 EUR, od čega se na prihode iz opšteg dijela budžeta Crne Gore odnosi 12.600.000 EUR, namjenske prihode iz Ministarstva kulture 150.000 EUR i na budžetske prihode za digitalizaciju javnog servisa 100.000 EUR. Namjenski prihodi u iznosu od 150.000 EUR su ostvareni po osnovu Ugovora između RTCG i Ministarstva kulture. Ovi prihodi namijenjeni su za sufinansiranje programskih sadržaja značajnih za razvoj nauke i obrazovanja, razvoj kulture, programa na albanskom jeziku, informisanje osoba sa posebnim potrebama, kao i za realizaciju serije „Božićni ustanak“, u koprodukciji RTCG i „Dogma studio“.

U odnosu na 2014. godinu, kada je u vanredne prihode uračunat iznos od 2.400.000 EUR, koji se odnosi na prihode po osnovu preuzetih obaveza RTCG od strane Vlade, shodno Budžetu Crne Gore za 2014. godinu, u toku 2015. godine

---

20 [http://www.rtcg.me/sw4i/download/files/article/Finansijski%20izvjestaj%20RTCG%20za%202015%20\(1\).pdf?id=689](http://www.rtcg.me/sw4i/download/files/article/Finansijski%20izvjestaj%20RTCG%20za%202015%20(1).pdf?id=689)

21 <http://www.rtcg.me/rtcg/poslovanje.html>

nije bilo ovih prihoda. Dodatno, RTCG je imao prihode od marketinga u iznosu od 1.141.136 EUR.

U smislu poslovanja na medijskom tržištu, može se zaključiti da RTCG jeste u povlašćenom položaju u odnosu na ostale komercijalne medije, posebno u dijelu raspodjele javnih sredstava na usluge reklamiranja i oglašavanja organa javnog sektora. Nalazi istraživanja ukazuju da organi javnog sektora izdvajaju značajna sredstva za javni servis po ovim osnovima, i pored redovnih godišnjih budžetskih izdvajanja, što ima svoj sve izraz i u uređivačkoj politici RTCG-a, posebno kad je riječ o informativnom programu.

### **Lokalni javni servisi u Crnoj Gori**

Zakonom o elektronskim medijima propisana je mogućnost lokalnih samouprava da, kada ocijene da je neophodno radi ostvarivanja prava na informisanje o temama od javnog interesa na lokalnom nivou, mogu osnovati lokalne javne emitere. Osnivanje lokalnih javnih emitera nije obaveza, već zakonska mogućnost, dok član 32, Zakona o lokalnoj samoupravi, stav 18<sup>22</sup>, propisuje da jedinica lokalne samouprave „uređuje i obezbjeđuje uslove za informisanje lokalnog stanovništva“.

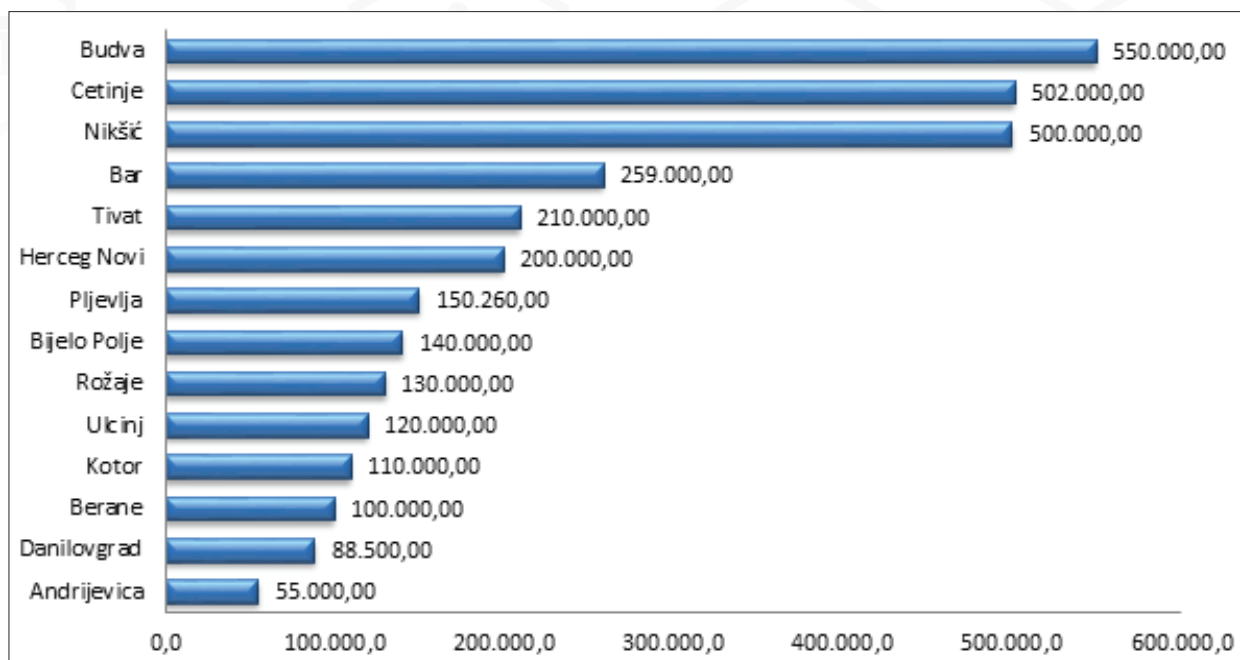
Država, odnosno preciznije Vlada Crne Gore, osnovala je jedan nacionalni javni servis (RTCG), dok su lokalne samouprave osnovale lokalne javne servise u 14 opština u Crnoj Gori<sup>23</sup>. Od radio emitera to su: radio Andrijevića, Berane, Budva, Danilograd, Kotor, Pljevlja, Tivat, Bar, Bijelo Polje, Cetinje, Herceg Novi, Nikšić, Rožaje i Ulcinj, a lokalni TV javni emiteri su televizije Nikšić, Budva i Pljevlja.

Ukupan iznos novca planiranog za finansiranje lokalnih javnih emitera od strane 14 lokalnih samouprava, po odlukama o budžetu za 2015. godinu, bio je **3.144,760 EUR** i predstavlja značajno godišnje povećanje, imajući u vidu da je planirani iznos u 2014. godini iznosio **2.599,000 EUR**.

Razlika u iznosima, u odnosu na 2014.godinu, proizilazi iz povećanja budžeta za rad lokalnih javnih emitera u opštini Nikšić i Prijestonici Cetinje. Iako Agencija za elektronske medije u svojoj evidenciji nema podatke o novoosnovanoj televiziji Cetinje, uvidom u strukturu usvojenog budžeta Prijestonice Cetinje uočljiva je izmjena u odnosu na 2014.godinu, kako u dijelu ukupnog iznosa koji je izdvojen za javnog emitera, tako i u nazivu javnog emitera, koji je sada označen kao RTV Cetinje.

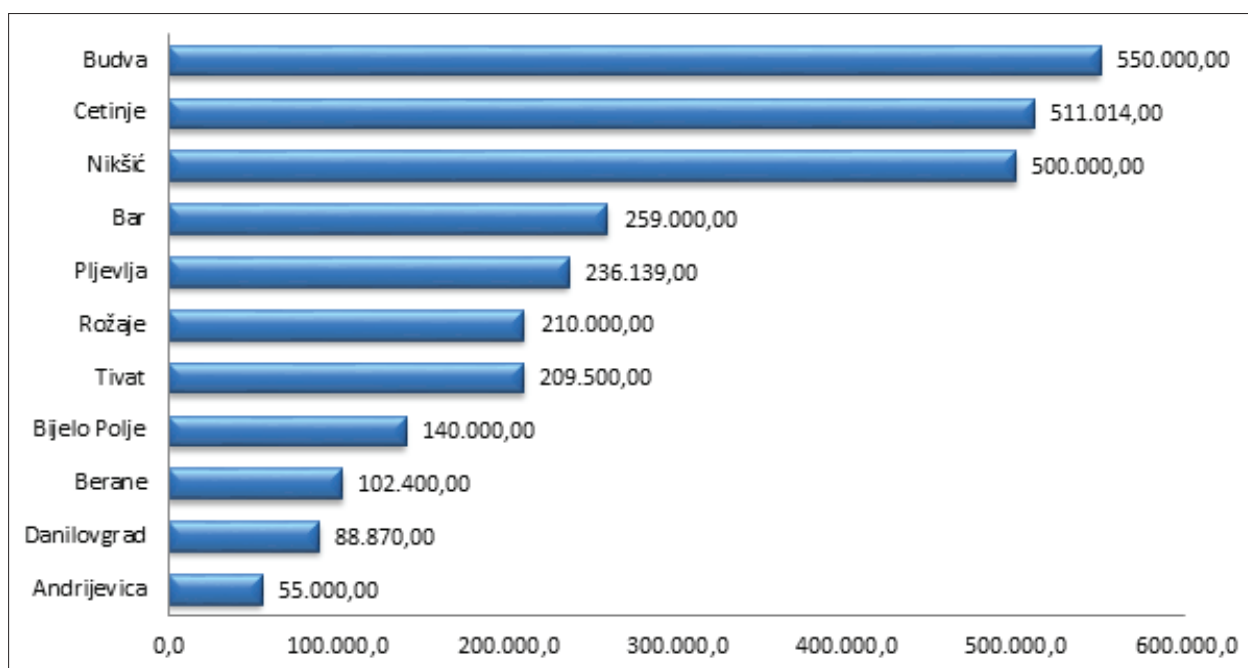
22 <http://www.uom.co.me/?p=374>

23 [http://www.ardcg.org/index.php?option=com\\_sobi2&catid=6&Itemid=84](http://www.ardcg.org/index.php?option=com_sobi2&catid=6&Itemid=84)




Grafik 1: planirani budžeti za lokalne javne servise za 2015.godinu

Po završnim računima ovih opština, može se vidjeti da su planirana sredstva lokalnim javnim emiterima realizovana u visokom procentu, a neka i premašujući planirane iznose.



Grafik 2: realizovani budžeti za lokalne javne servise za 2015.godinu



---

Nedostajući podaci koji se odnose na završne budžete opština Herceg Novi, Kotor i Ulcinj nije bilo moguće pribaviti, jer ih nema na zvaničnim web stranama ovih opština. Imajući u vidu visinu sredstava koja se na godišnjem nivou izdvajaju za finansiranje lokalnih javnih servisa, uz činjenicu da su oni i u prilici da se dodatno finansiraju iz komercijalnih aktivnosti, odnosno da na medijskom tržištu ravnopravno učestvuju sa komercijalnim emiterima, ona moraju biti podložna kontroli. Poput RTCG-a, lokalni javni servisi su u povlašćenom položaju u odnosu na ostale komercijalne emitere na lokalnom nivou, jer organi javnog sektora izdvajaju sredstva za njih po različitim osnovama, poput oglašavanja, a što je njihov dodatan prihod pored redovnih godišnjih budžetskih izdvajanja.

Uvidom u zvanične web stranice lokalnih javnih emitera nije bilo moguće pronaći godišnje finansijske izvještaje, osim u slučaju RTV Pljevlja. Finansijski izvještaji lokalnih javnih emitera moraju biti javno dostupni na zvaničnim web adresama lokalnih samouprava, kao i lokalnih javnih emitera kao korisnika sredstava.

Finansiranje iz javnih fondova, odnosno od novca poreskih obveznika, za lokalne javne servise mora da se podvrgne strogim pravilima transparentnosti, otvorenosti i mjerljivim kriterijumima utroška novca poreskih obveznika. Ostaje otvoreno pitanje dometa uticaja nosilaca funkcija na lokalnom nivou na uređivačku politiku ovih medija.





## Javna potrošnja u medijskom sektoru u Crnoj Gori za 2015.godinu

Javni sektor, po planu unutrašnje organizacije javnog sektora<sup>24</sup>, koji proizilazi iz Strategije reforme javne uprave za period 2011. – 2016. godine, uključuje:

Ministarstva
+ Organi uprave
+ Javne ustanove na državnom nivou
+ Ostali organi
<b>= CENTRALNA VLADA</b>
Agencije koje vrše javna ovlašćenja (regulatori i nezavisna tijela)
+ Jedinice lokalne samouprave (organi lokalne uprave i JU u opštinskom vlasništvu)
<b>= OPŠTA VLADA</b>
+ Javna preduzeta (lokalna i državna)
+ Skupština Crne Gore
+ Pravosuđe (sudovi, tužilaštva i organi za prekršaje)
+ DRI
+ Revizorsko tijelo
+ Ombudsman
+ Predsjednik Crne Gore
+ Javna preduzeta (lokalna i državna)
<b>= JAVNI SEKTOR</b>

U navedenom periodu, CGO je istraživanjem obuhvatio 353<sup>25</sup> organa javnog sektora i to:

24 Plan unutrašnje reorganizacije javnog sektora, Ministarstvo unutrašnjih poslova Crne Gore, Podgorica, 2013.

25 Detalja lista se nalazi u Prilogu 1

## 1. Državni organi<sup>26</sup>

- Generalni Sekretarijat Vlade i 17 ministarstava;
- 37 organa uprave (samostalni organi i u sastavu ministarstava)
- 11 zavoda
- 18 agencija
- 7 fondova

## 2. Opštine (jedinice lokalne samouprave)

- 23 opštine i 2 gradske opštine - Tuzi i Golubovci.

## 4. Javne ustanove i privredna društva u kojima država ili opštine imaju većinski vlasnički udio.

- 225 javnih ustanova i privrednih društva u kojima država ili opštine imaju većinski vlasnički udio.

## 5. Skupština Crne Gore

## 6. Centralna banka Crne Gore

## 7. Pravosuđe (sudovi i tužilaštva)

## 8. Zaštitnik ljudskih prava i sloboda

## 9. Predsjednik Crne Gore

Predmet istraživanja bila je i **Komisija za raspodjelu dijela prihoda od igara na sreću**, iako nije zaseban organ već djeluje u okviru Ministarstva finansija. Razlog za to leži u činjenici da je Zakonom o elektronskim medijima propisano da se za podsticanje medijskog pluralizma vrši dodjela dijela sredstava za medije iz ovog izvora. Kako se radi o novcu iz Budžeta Crne Gore, zarad potpunosti informacija, bilo je važno uključiti i Komisiju.

Sa druge strane, istraživanjem je mapirano **117** subjekata, fizičkih i pravnih lica, kojima su, po osnovu pružanja usluga oglašavanja, reklamiranja ili drugih specijaliziranih usluga iz ove oblasti, uplaćena novčana sredstva u 2015.godini. Ti subjekti su podijeljeni u sljedeće kategorije:

1. Štampani mediji
2. Televizija
3. Radio

---

26 <http://www.gov.me/organizacija>

- 
4. Portali
  5. Informativne agencije i servisi
  6. Marketinške agencije i produkcijske kuće
  7. Agencije za istraživanje javnog mnjenja
  8. Regionalni mediji

Ukupan iznos sredstava koje su navedeni organi javnog sektora utrošili u toku 2015. godine, po osnovu prikupljenih podataka za koje postoji kompletna dokumentacija u CGO-u, a odnose se na medije (štampane, elektronske i radio), portale, informativne agencije i servise, marketinške agencije i produkcijske kuće, agencije za istraživanje javnog mnjenja iznosi **1.718.496,42 EUR**.

Ovaj iznos ne predstavlja konačne troškove, jer obuhvata **72% organa javnog sektora, koji su dostavili informacija**, pa se osnovano može pretpostaviti da bi ukupan iznos bio značajno, ako ne i duplo, veći, jer 28% nije te informacije dostavilo, a među njima i neki koji su identifikovani kao važni «ulagači» u medije. Na primjer, *Glavi grad Podgorica*, kao jedan od organa koji se odlučio na skrivanje podataka, u svom sastavu ima 38 organa (4 stručne službe, 4 posebne službe, 7 sekretarijata, 1 uprava, 1 direkcija i 20 javnih službi). CGO ne uspijeva dobiti tražene podatke od Glavnog grada Podgorica već 5 godina, koliko se sprovodi ovo istraživanje. Ipak, u medijima se ovim povodom pojavila informacija da Glavni grad Podgorica raspolaže značajnim budžetom koji raspoređuje medijima. Na sjednici lokalnog parlamenta, službenik za javne nabavke Zoran Erceg<sup>27</sup> saopštio je da je Glavni grad za usluge objavljivanja oglasa, odluka i nacрта akata u dnevnom listu Pobjeda, u toku 2015. godine, potrošio **57.183,00 EUR**. Navedeni iznos je oprijedijeljen za objavljivanje pomenutih sadržaja i odnosi na sve javne ustanove i organe Glavnog grada, dok privredna društva, čiji je osnivač Glavni grad, samostalno sprovode svoje postupke. Takođe, i pored napora istraživačkog tima, podatke nije bilo moguće dobiti ni od Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja, kao ni od opštine Herceg Novi, ali ni tradicionalno „velikih“ potrošača kao što su to «Plantaže», «Montenegro Airlines», itd.

### **Opšti nalazi po strukturi pružalaca usluga**

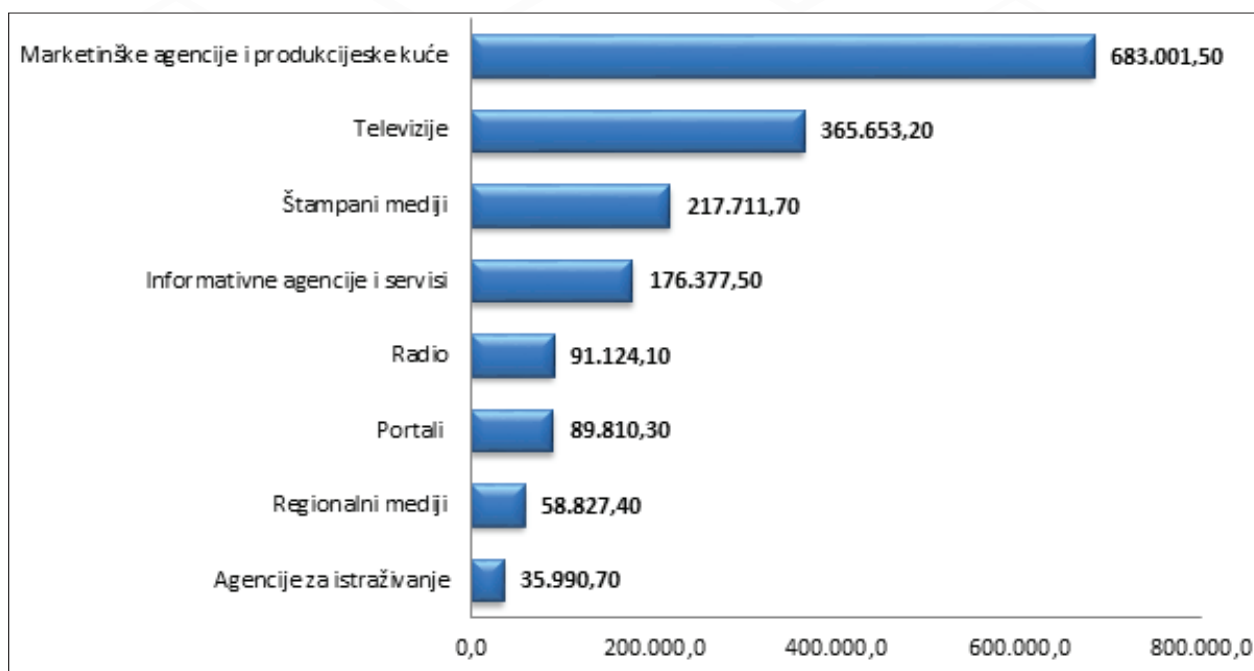
Iznos od **1.718.496,42 EUR** utrošen je tako što je za štampane medije izdvojeno **217.711,71 EUR (12.7%)**, TV stanice **365.653,2 EUR (22,3%)**, radio stanice **91.124,15 EUR (5,3%)**, web portale **89.810,3 EUR (5.2%)**, informativne agencije i servise **176.377,5 EUR (10,3%)** dok je za marketinške agencije i produkcijske kuće izdvojeno **683.001,47 EUR (39.7%)**. Za stavke koje spadaju u međunarodne i regionalne medije izdvojeno je **58. 827,4 EUR (3,4%)**, a za agencije za istraživanje

---

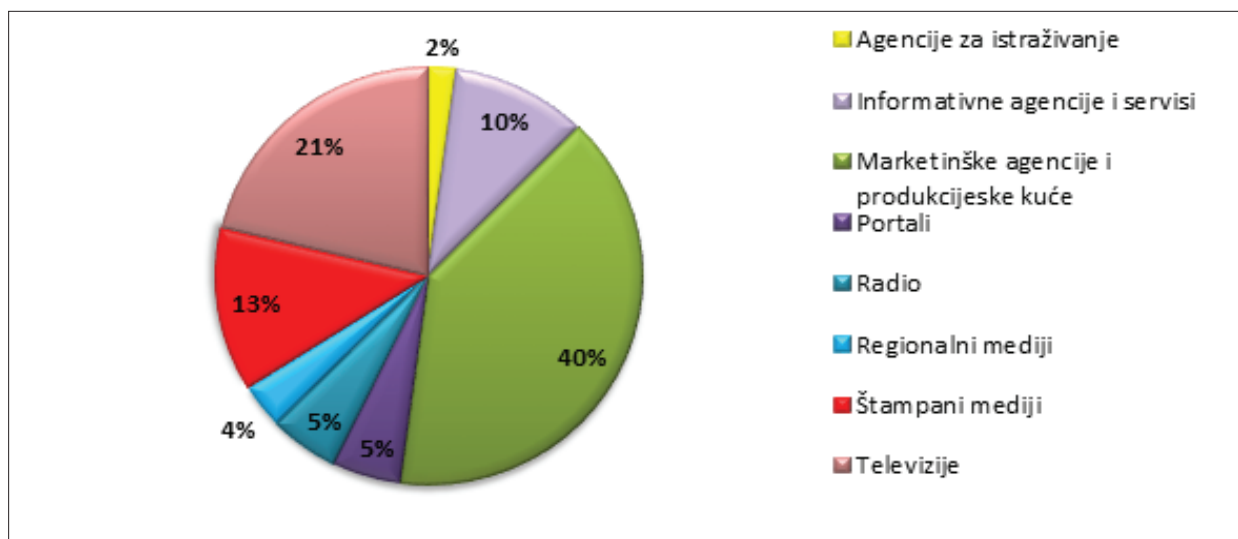
27 <http://www.vijesti.me/vijesti/glavni-grad-na-oglasavanje-u-pobjedi-potrosio-57183-eura-873981>

javnog mnjenja **35.990.70 EUR (2,1%)**.

**Napomena:** zbog malog procenta učešća u ukupnom iznosu, stavke koje spadaju u međunarodne i regionalne medije odnosno agencije za istraživanje javnog mnjenja neće biti uključene u grafički prikaz godišnjih izdvajanja.



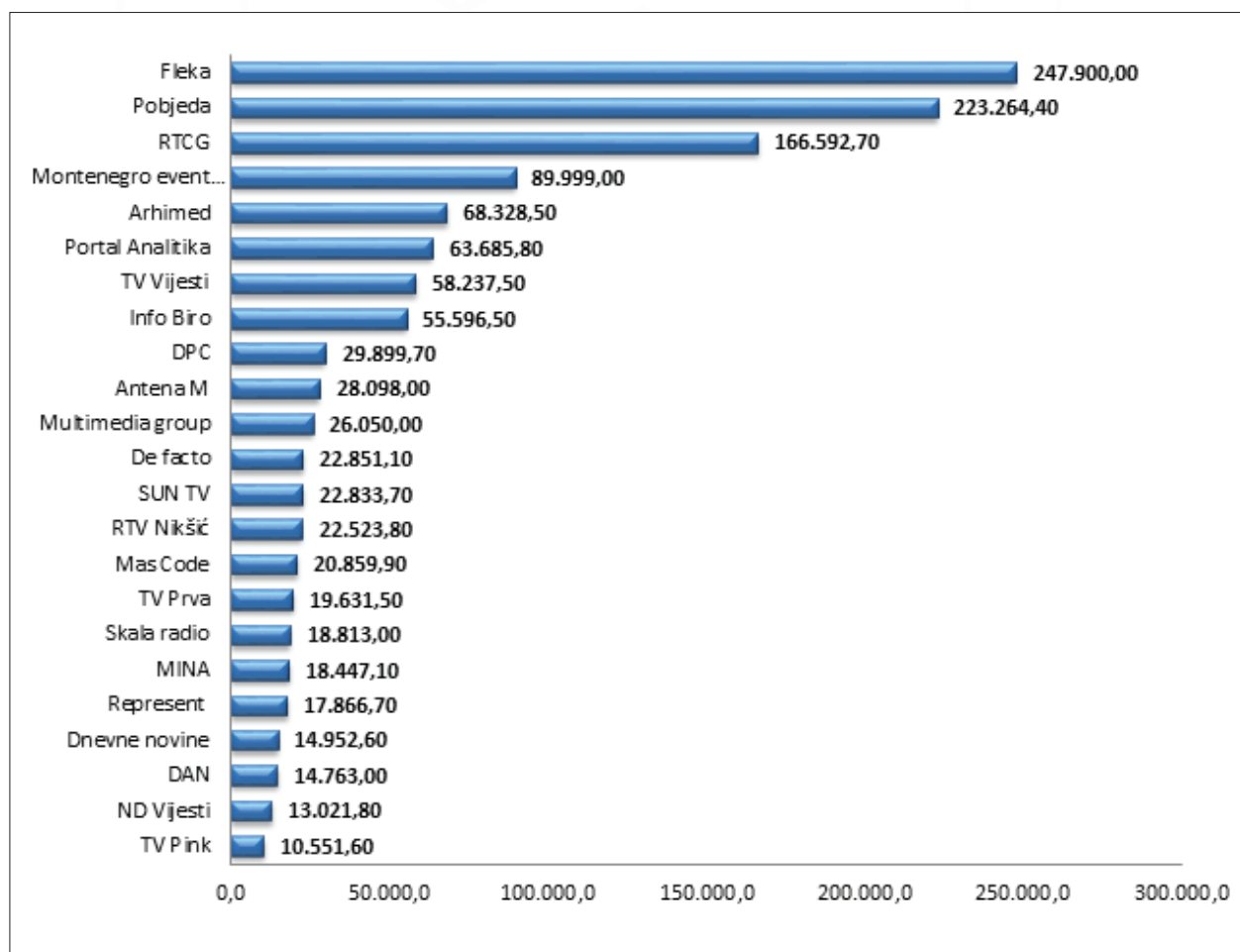
Grafik 3: presjek ukupnih ulaganja po kategorijama u EUR



Grafik 4: presjek ukupnih ulaganja po kategorijama procentualno izražen

Ukupno posmatrano, uzimajući u obzir svih 118 subjekata koji su u različitim formama i po različitim osnovama bili angažovani za pružanje usluga organima javnog sektora

ili po drugim osnovama dobili finansijska sredstva, važno je posebno izdvojiti one koji su prihodovali najveći dio sredstava, u ukupnom iznosu, od svih organa javnog sektora. Obuhvaćen je dio subjekata koji su u toku 2015. godine prihodovali više od 10.000,00 EUR.



Grafik 5: presjek po najvećim pojedinačnim korisnicima sredstava u EUR

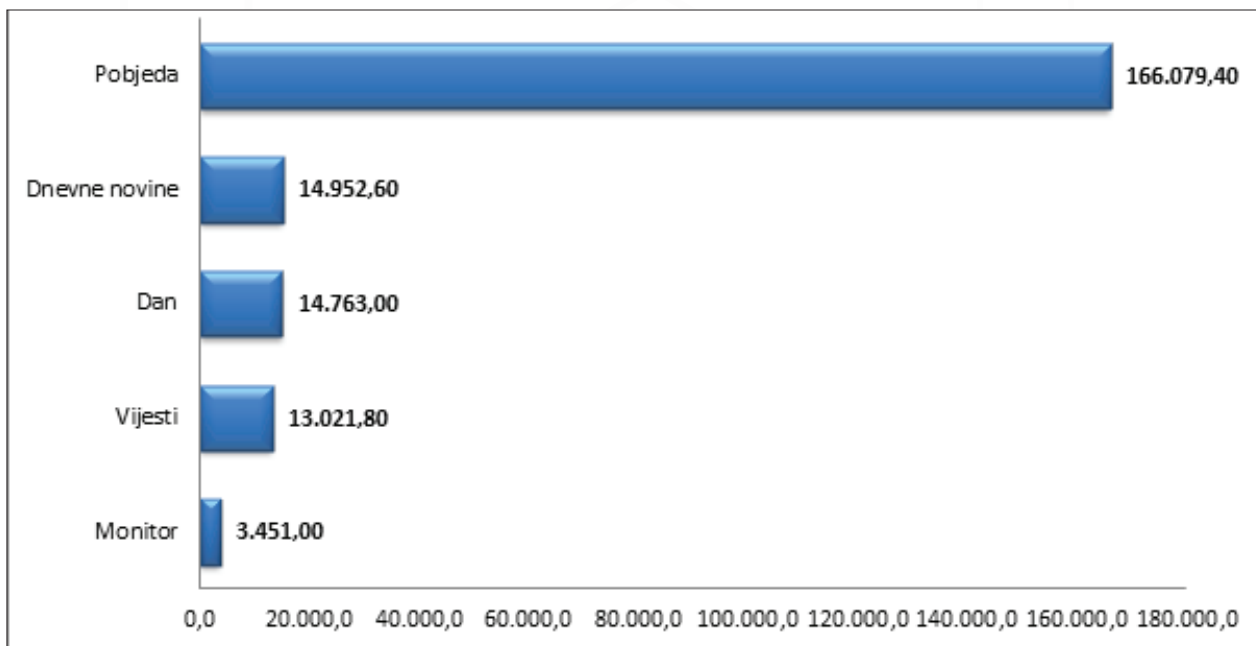
U ukupan iznos novca koji je uplaćen Pobjedi u toku 2015.godine uračunat je i iznos od **57.183,00 EUR**, koliko je, po izjavi službenika za javne nabavke Zorana Ercega<sup>28</sup>, na sjednici lokalnog parlamenta, Glavni grad uplatio za usluge objavljivanja oglasa, odluka i nacрта akata u dnevnom listu Pobjeda. Zbog preciznosti, u pojedinačnim nalazima, ovaj iznos neće biti uračunat jer CGO nije uspio pribaviti kompletnu dokumentaciju Glavnog grada Podgorica kojom bi potkrijepio izjavu službenika opštine, ali zbog objektivnosti i činjenice da se radio o zvaničnoj, javnoj, izjavi ovlašćenog lica na sjednici nadležnog organa, smatramo da je važno ovaj iznos prikazati u tabeli ukupnih izdvajanja.

28 <http://www.vijesti.me/vijesti/glavni-grad-na-oglasavanje-u-pobjedi-potrosio-57183-eura-873981>

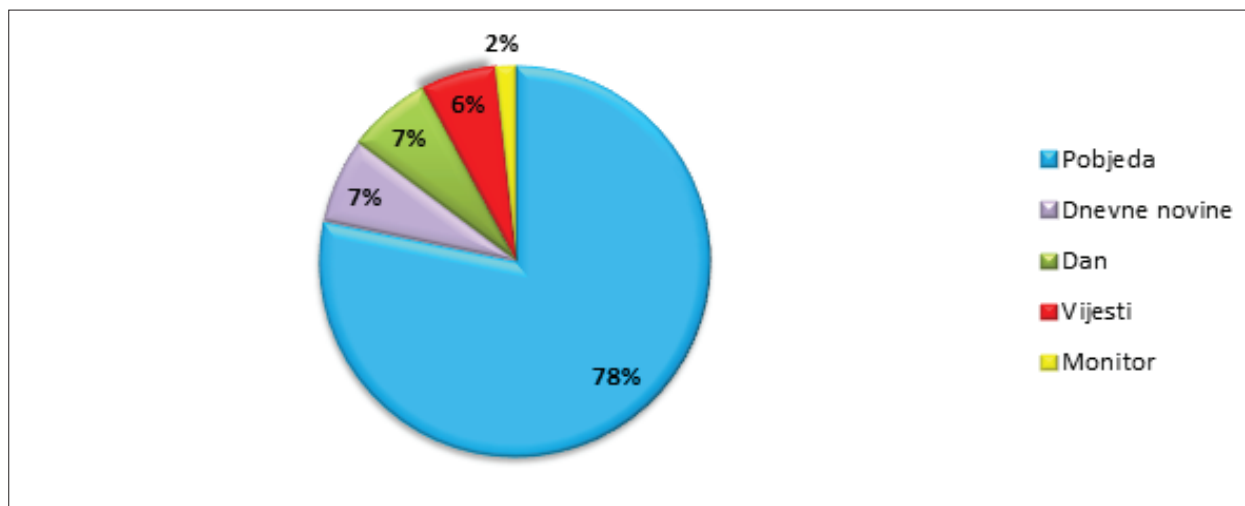
## Pojedinačni nalazi po strukturi pružalaca usluga

### Štampani mediji

Ukupno utrošen iznos za štampane medije je **217.711,71 EUR**. Struktura po subjektima je sljedeća<sup>29</sup>:



Grafik 6: presjek uplata štampanim medijima izražen u EUR<sup>30</sup>



Grafik 7: presjek uplata štampanima medijima izražen u procentualnim iznosima<sup>31</sup>

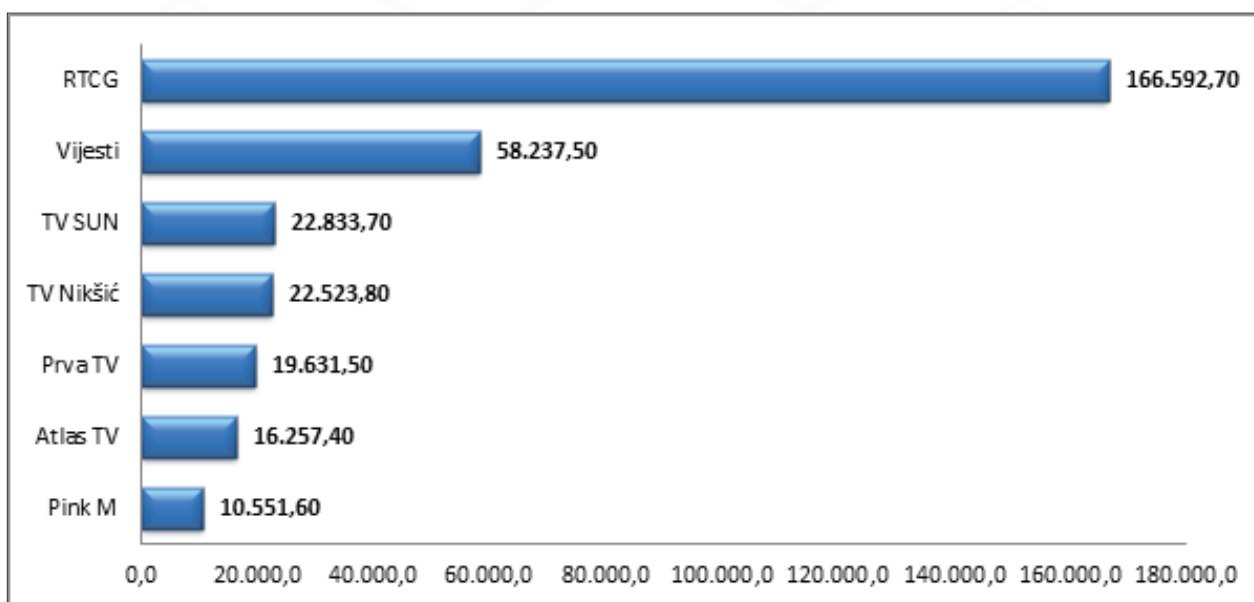
29 Predmet obrade su samo oni štampani mediji kojima je uplaćeno više od 1.000 EUR, na godišnjem nivou

30 Ovaj presjek ne uključuje iznos od 57.183,00 EUR dodijeljen Pobjedi od strane Glavnog grada, a što je u prethodnom dijelu objašnjeno, a što čini ukupnu sumu za Pobjedu u iznosu od 223.264,40 EUR

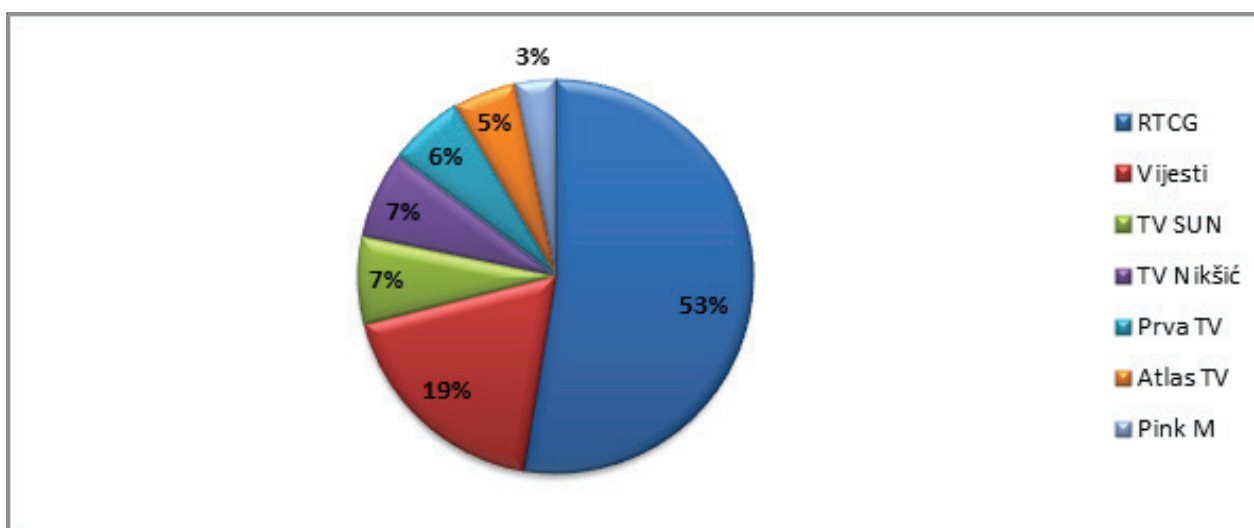
31 Ibid.

## Televizije

Ukupno je utrošeno za TV kanale **365.653,2 EUR**. Struktura po subjektima je sljedeća<sup>32</sup>:



Grafik 8: presjek uplata TV izražen u EUR

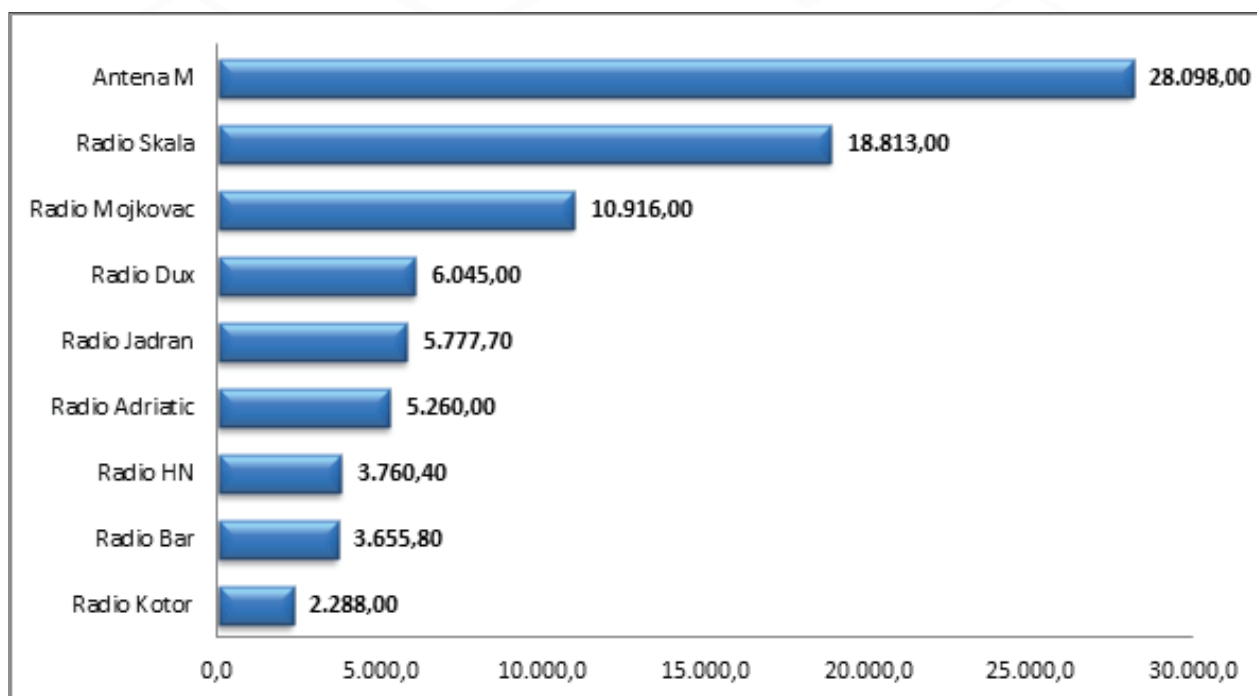


Grafik 9: presjek uplata TV izražen u procentualnim iznosima

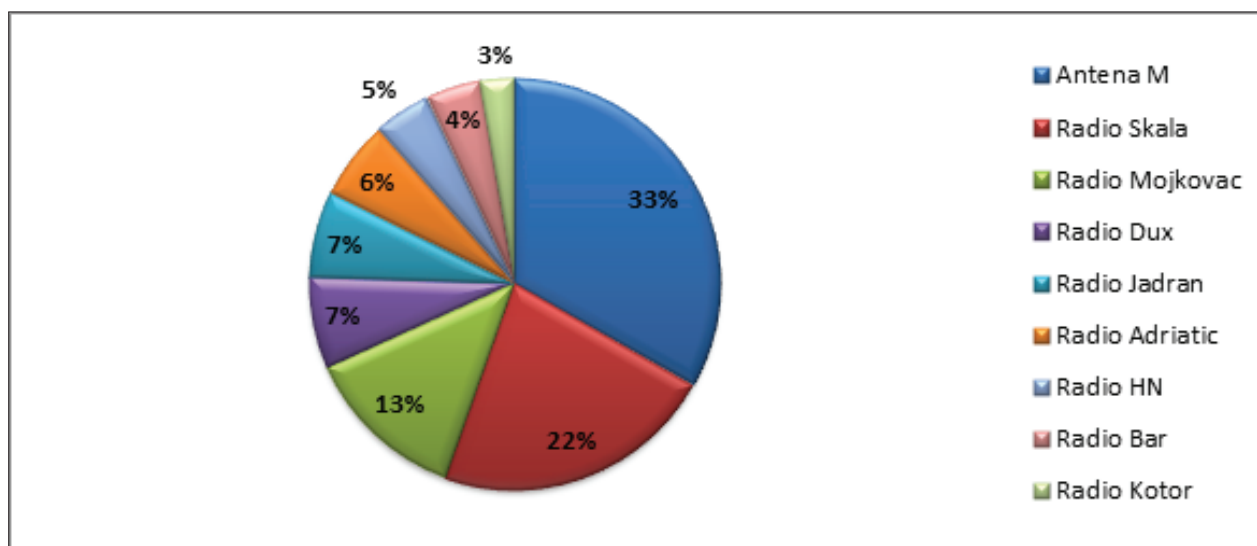
<sup>32</sup> Predmet obrade su samo one televizije kojima je uplaćeno više od 10.000 EUR

### Radio stanice

Za radio stanice je ukupno utrošeno **91.124,15 EUR**. Struktura po subjektima je sljedeća<sup>33</sup>:



Grafik 10: prosjek uplata radio stanicama izražen u EUR



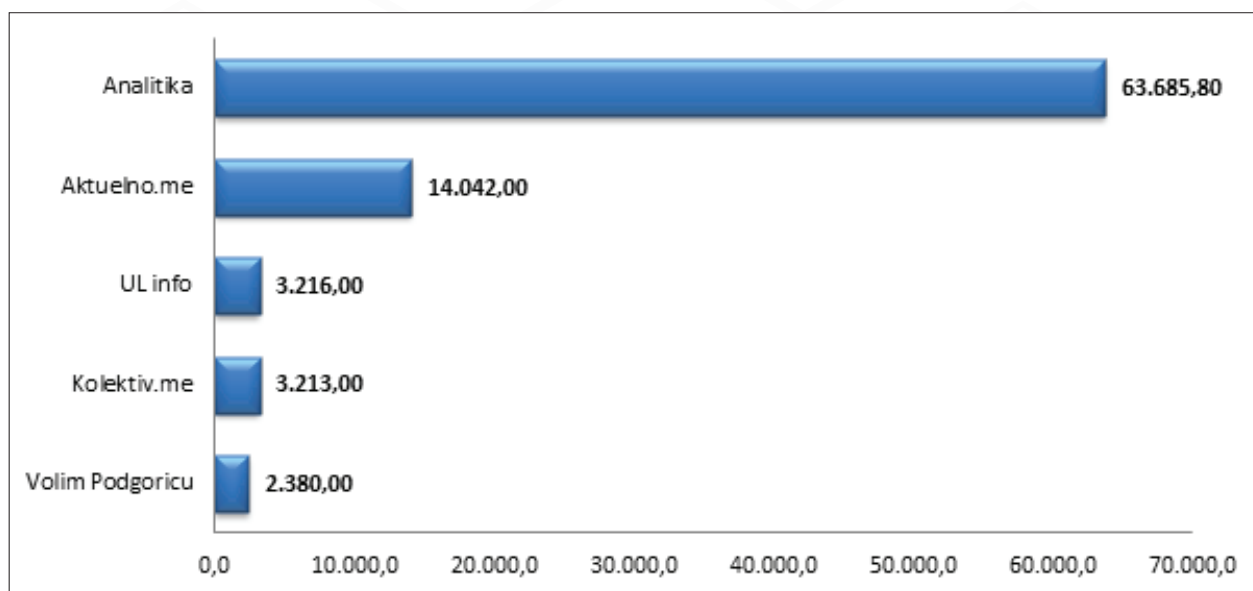
Grafik 11: prosjek uplata radio stanicama izražen u procentualnim iznosima

33 Predmet obrade su samo one radio stanice kojima je uplaćeno više od 1.000 EUR

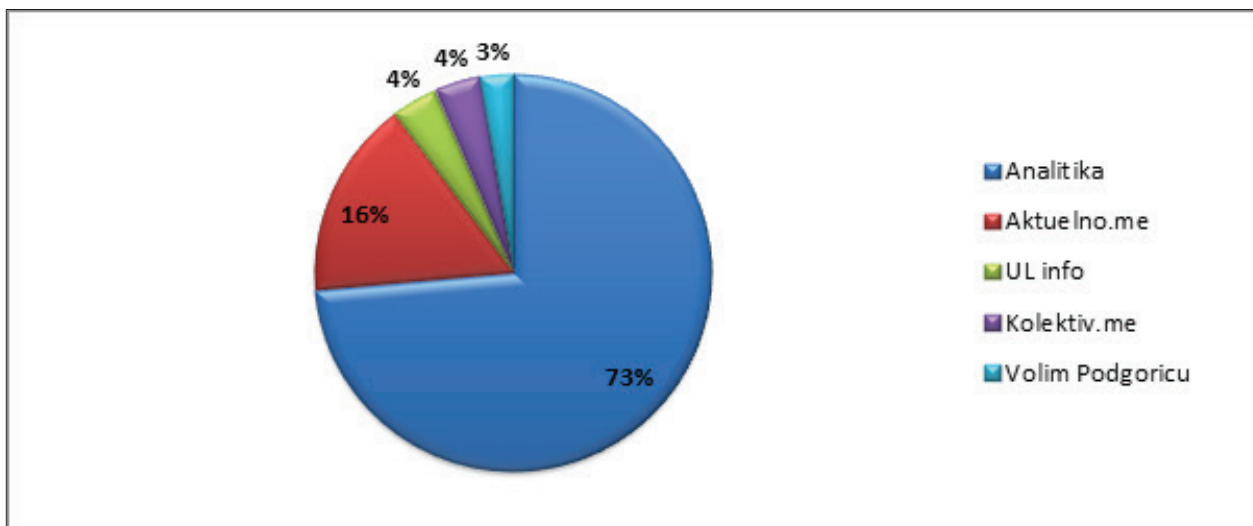


## Portali

Ukupno utrošen iznos za portale **89.810,3 EUR**. Struktura po subjektima je sljedeća<sup>34</sup>:



Grafik 12: presjek uplata portalima izražen u EUR

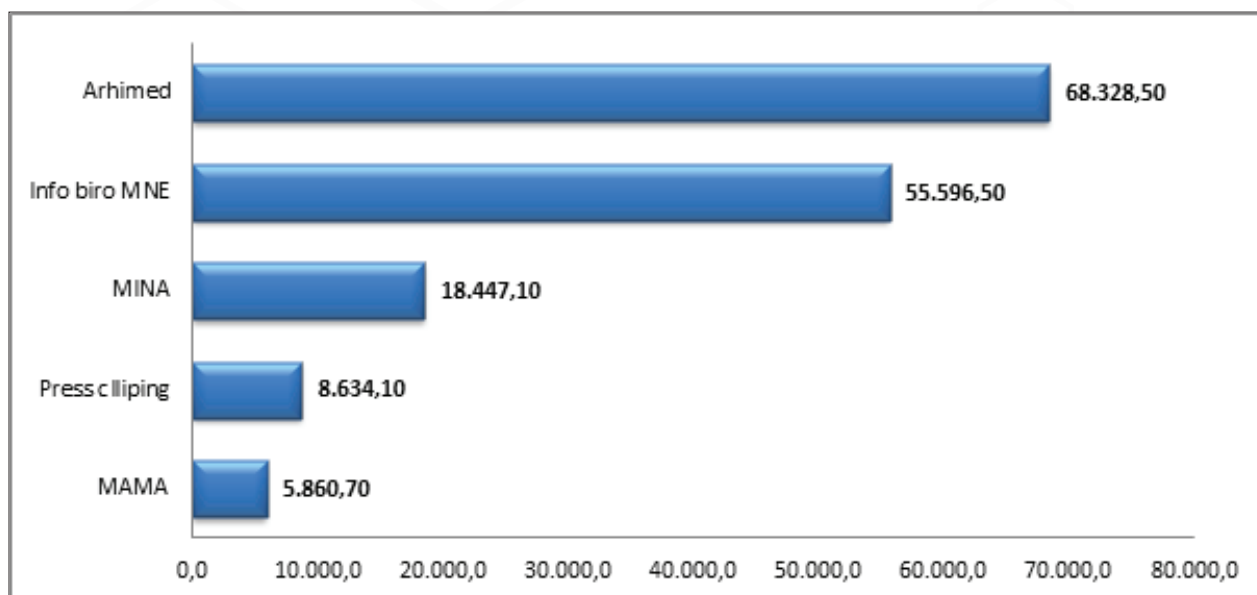


Grafik 13: presjek uplata portalima izražen u procentualnim iznosima

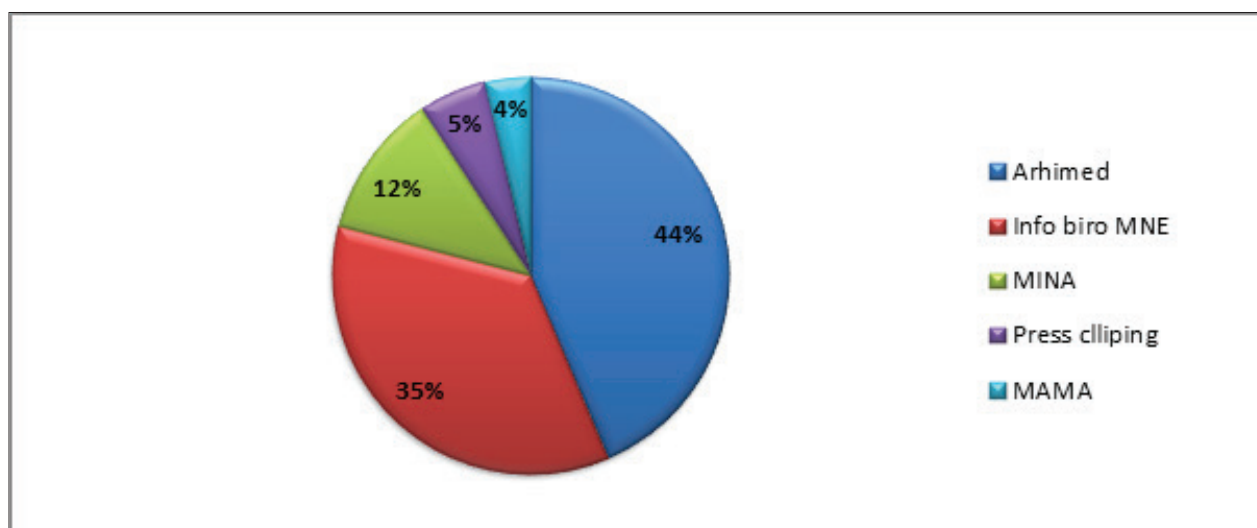
34 Predmet obrade su samo oni portali i informativne agencije kojima je uplaćeno više od 1.000 EUR

### **Informativne agencije i servisi**

Ukupno utrošen iznos za informativne agencije i servise je **176.377,50 EUR**.  
Struktura po subjektima je sljedeća:



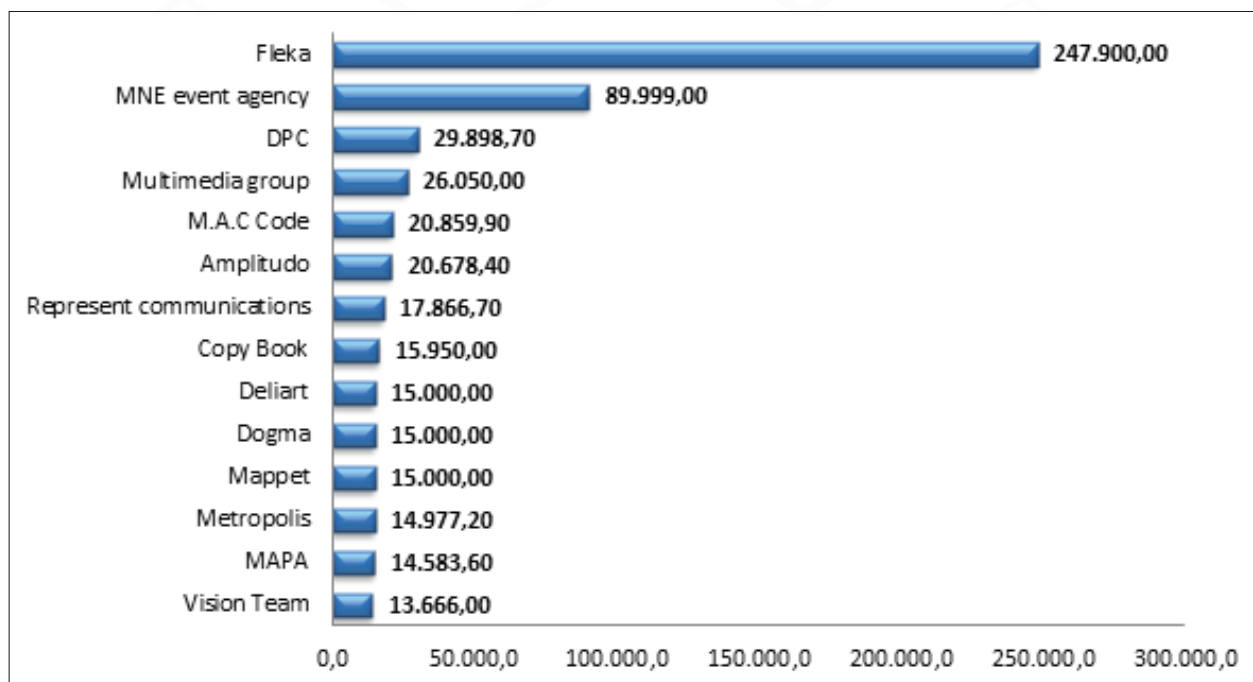
Grafik 14: presjek uplata informativnim agencijama i servisima izražen u EUR



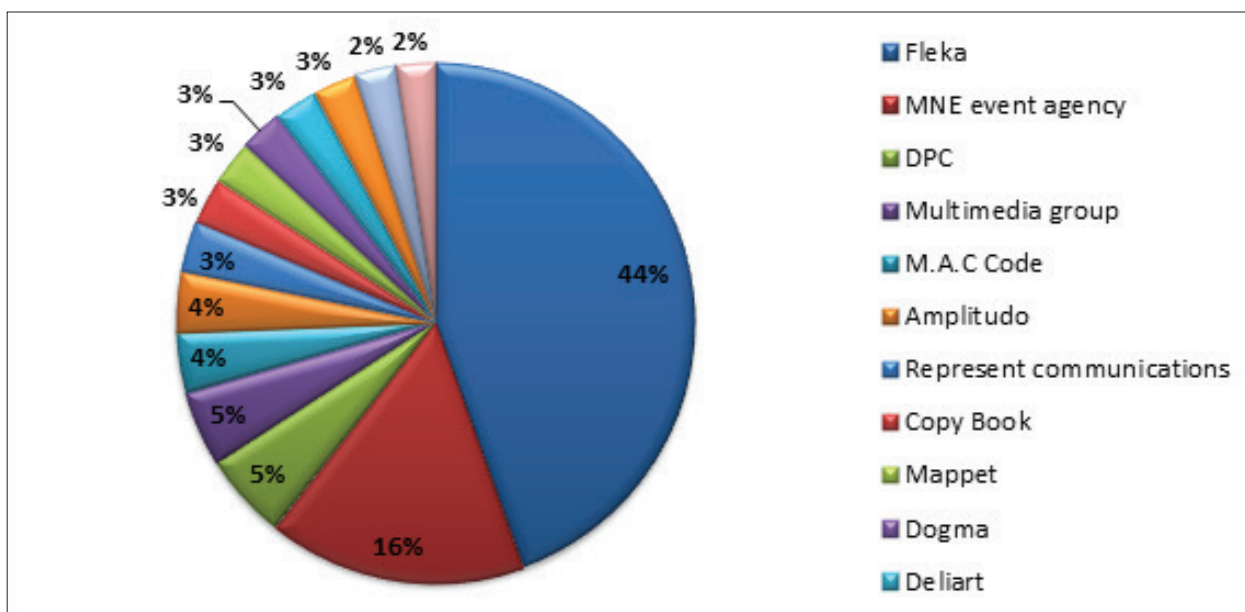
Grafik 15: presjek uplata informativnim agencijama i servisima izražen u procentualnim iznosima

### Marketinške agencije i produkcijske kuće

Za marketinške agencije i produkcijske kuće izdvojeno je ukupno **683.001.47 EUR**. Struktura po subjektima je sljedeća<sup>35</sup>:



Grafik 16: presjek uplata marketinškim agencijama i produkcijskim kućama izražen u EUR



Grafik 17: presjek uplata marketinškim agencijama i produkcijskim kućama izražen procentualnim iznosima

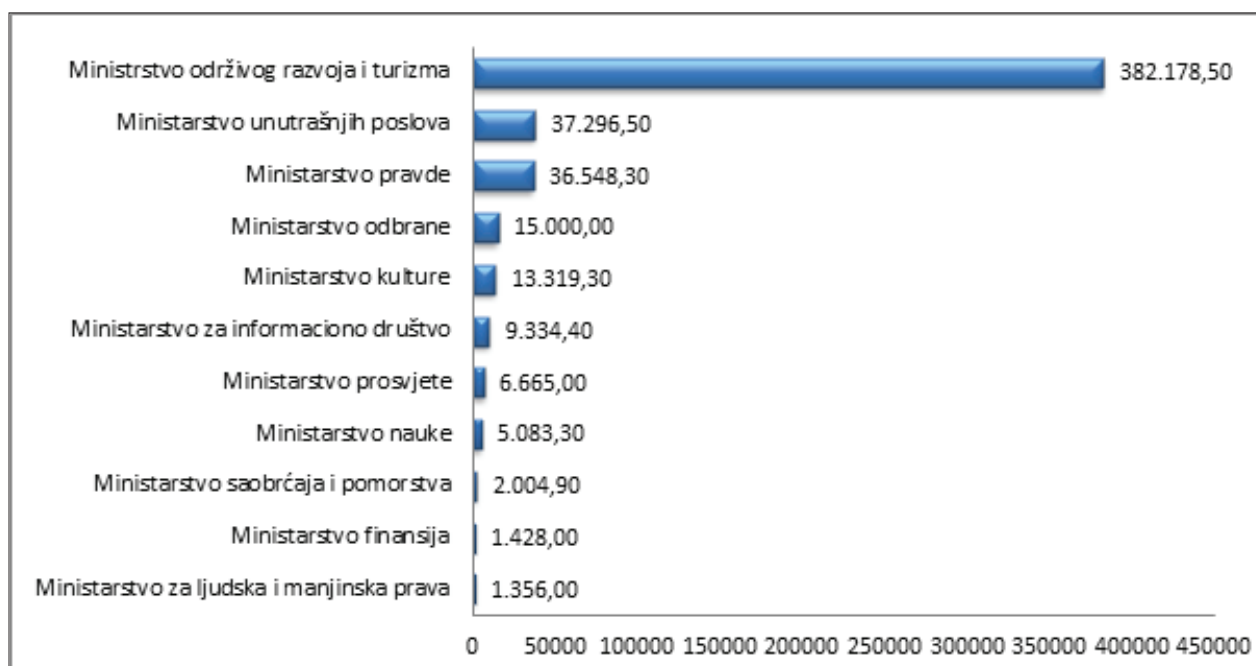
35 Predmet obrade su marketinške agencije i produkcijske kuće kojima je uplaćeno više od 10.000 EUR

### Pojedinačni nalazi po strukturi organa javnog sektora

Detaljna analiza podataka biće prikazana po visini potrošnje od strane organa javne uprave, a ne po njihovoj poziciji i važnosti u sistemu.

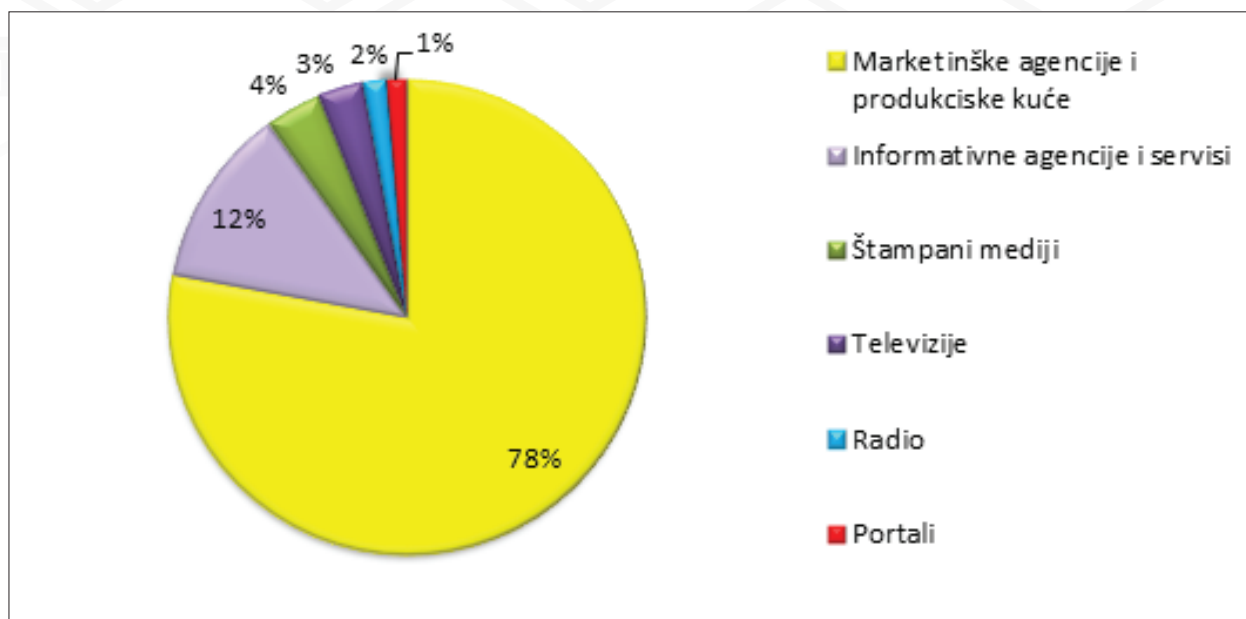
#### Ministarstva

Kao što je već napomentuto, ministarstva su među najvećim potrošačima, sa iznosom od **517.699,51 EUR ili 30,1%**, od ukupnog iznosa u 2015. godini. Pojedinačno posmatrano, tradicionalno najveći iznos sredstava potrošen je od strane Ministarstva održivog razvoja i turizma i to 382.178, 5 EUR, dok Ministarstvo zdravlja, Ministarstvo ekonomije i Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija, po dostavljenim podacima, nijesu imali ove izdatke tokom 2015. godine. Jedino ministarstvo koje nije dostavilo tražene podatke, ni nakon pozitivno riješenja po žalbi od strane Agencije, je Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja.



Grafik 18: prikaz pojedinačnih utrošaka od strane ministarstava u EUR

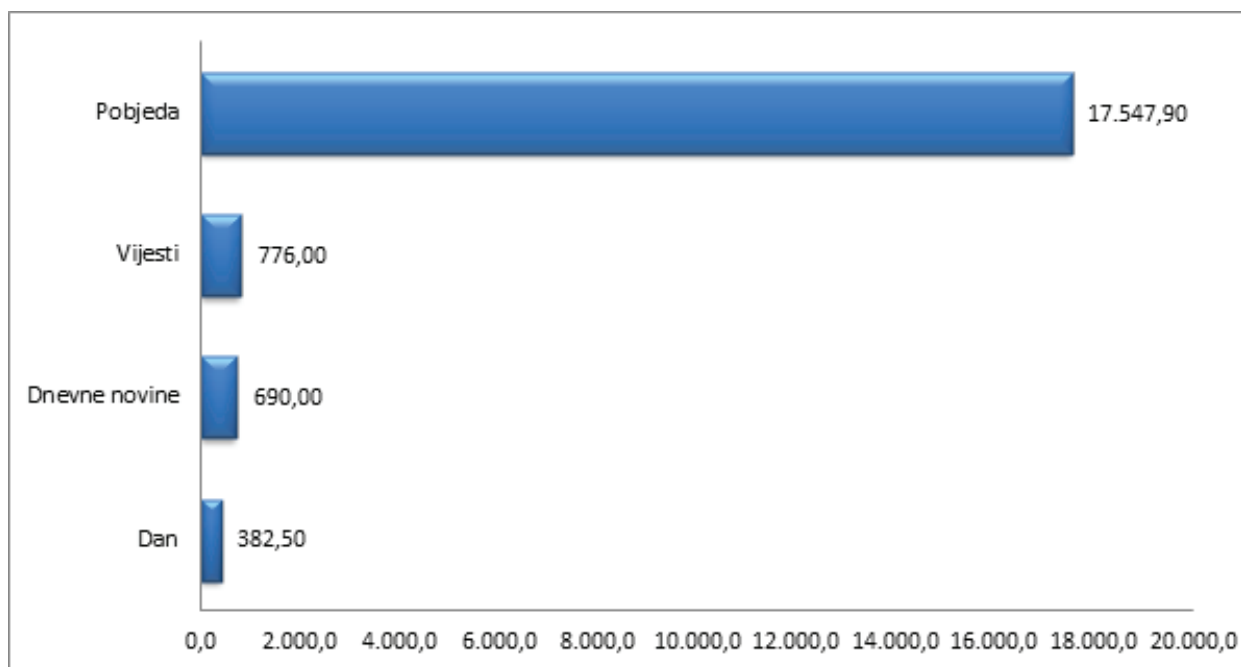
Od ukupno utrošenog novca, za štampane medije izdvojeno je **19.342,62 EUR (3,7%)**, za TV **15.651,5 EUR (3%)**, za radio stanice **8.300,00 EUR (1,6 %)**, za portale **6.800,00 EUR (1,3 %)**, za informativne agencije i servise **61.800,20 EUR (11,9%)**, dok je za marketinške agencije i produkcijske kuće izdvojeno **393.521,69 EUR (76,01%)**.



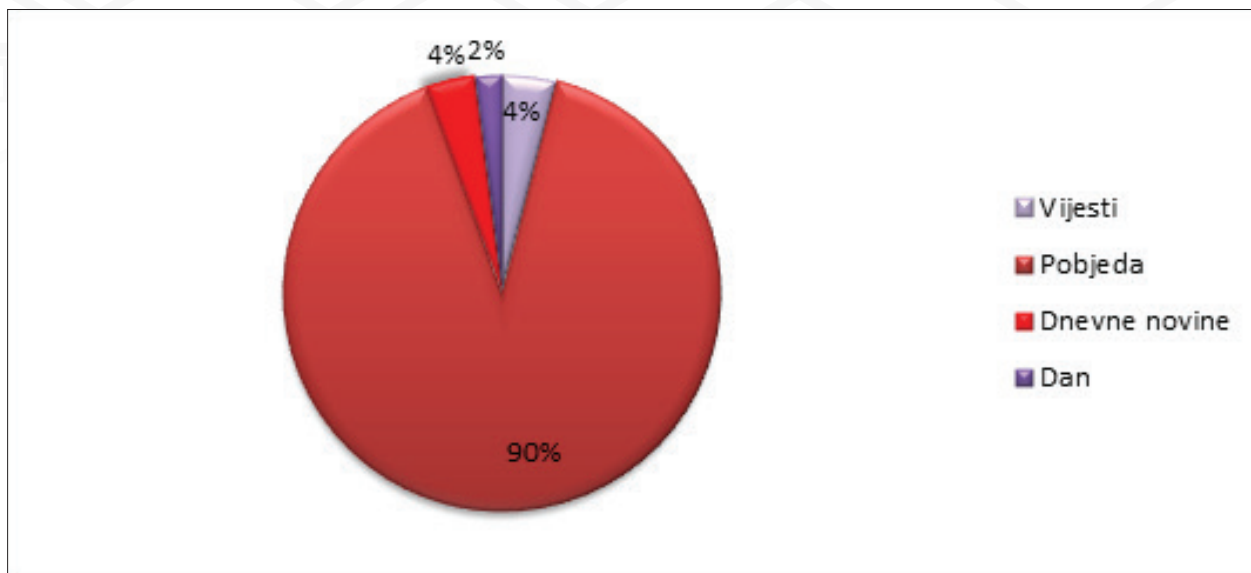
Grafik 19: prikaz uplata po kategorijama u procentualnim iznosima

Na datom primjeru, jasno se uočava trend na koji je CGO upozoravao u prethodnim godišnjim izvještajima, odnosno centralizacija budžetskih izdvajanja i preusmjeravanje novca sa medija na marketinške agencije i produkcijske kuće, a što dalje onemogućava praćenje raspodjele novca na konkretne medije.

Po strukturi subjekata kojima su novci isplaćeni nacionalni štampani mediji dobili su **19.342,62 EUR**.



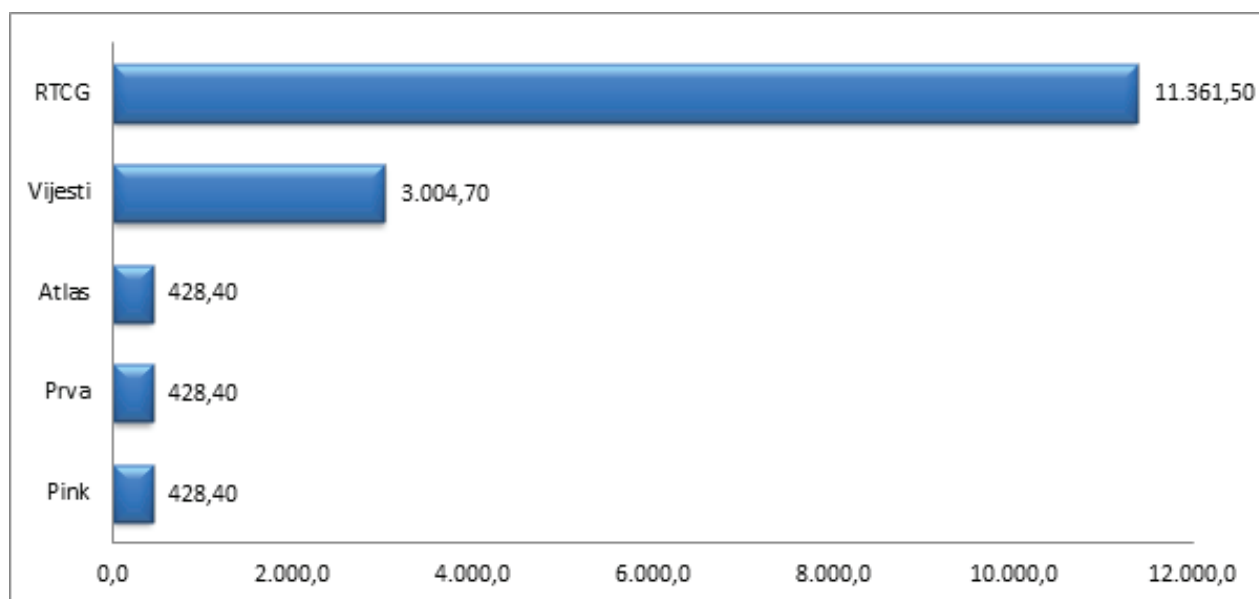
Grafik 20: prikaz uplata štampanim medijima od strane ministarstava u EUR



Grafik 21: prikaz uplata štampanim medijima od strane ministarstava u procentualnim iznosima

Budžetska sredstva su u gotovo sto procentnom iznosu uplaćena dnevnom listu Pobjeda, i to od strane više ministarstava: Ministarstvo unutrašnjih poslova, Ministarstvo nauke, Ministarstvo kulture, Ministarstvo za informaciono društvo i telekomunikacije, Ministarstvo saobraćaja i pomorstva, Ministarstvo održivog razvoja i turizma i Ministarstvo rada i socijalnog staranja. Kad su u pitanju ostali štampani mediji, cjelokupan iznos dnevnicima Dan i Vijesti uplaćen je od strane Ministarstva kulture, dok je Dnevnicima, uz Ministarstvo kulture, novac uplaćen i od Ministarstva rada i socijalnog staranja.

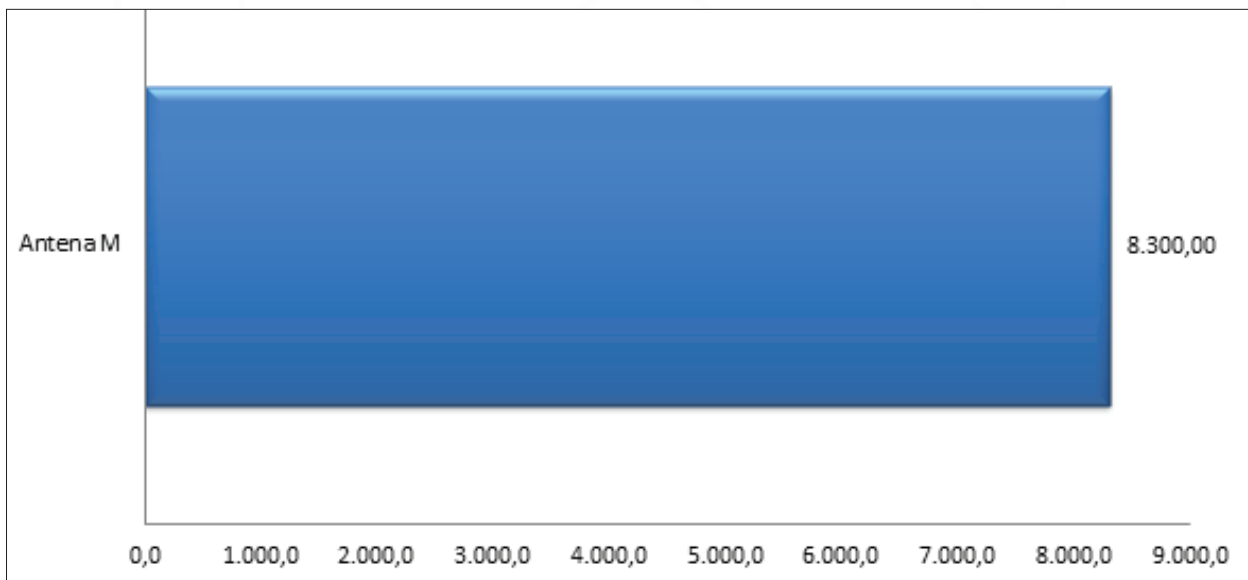
Nacionalnim televizijama je, od strane ministarstava, ukupno je uplaćeno **15.651,5 EUR**.



Grafik 22: prikaz uplata TV od strane ministarstava u EUR

RTCG je najviše prihodovao iz budžeta ministarstava, i to preciznije od strane Ministarstva turizma i održivog razvoja i Ministarstva prosvjete i sporta, uz značajno manje iznose od strane MUP-a i Ministarstva pravde. Iznosi za ostale televizije uplaćeni su u cjelosti od strane Ministarstva pravde, a dodatno MUP je, takođe, imao uplatu prema Vijestima.

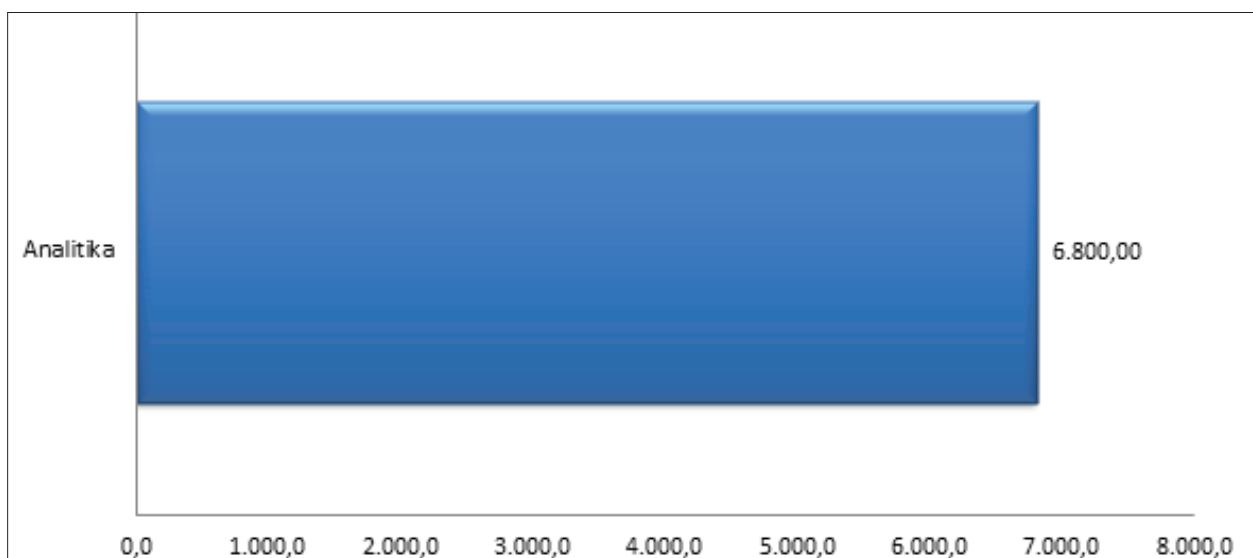
Ukupan iznos sredstava koji je uplaćen radio stanicama je **8.300,00 EUR**.



*Grafik 23: prikaz uplata radio stanicama od strane ministarstava u EUR iznosima*

Ukupan iznos budžetskih sredstava, izdvojen za radio stanice od strane ministarstava uplaćen je radio Antena M, i to od strane dva ministarstva: Ministarstva pravde i Ministarstva održivog razvoja i turizma. Iznosi i izvori uplate su gotovo indentični kao i 2014.godine.

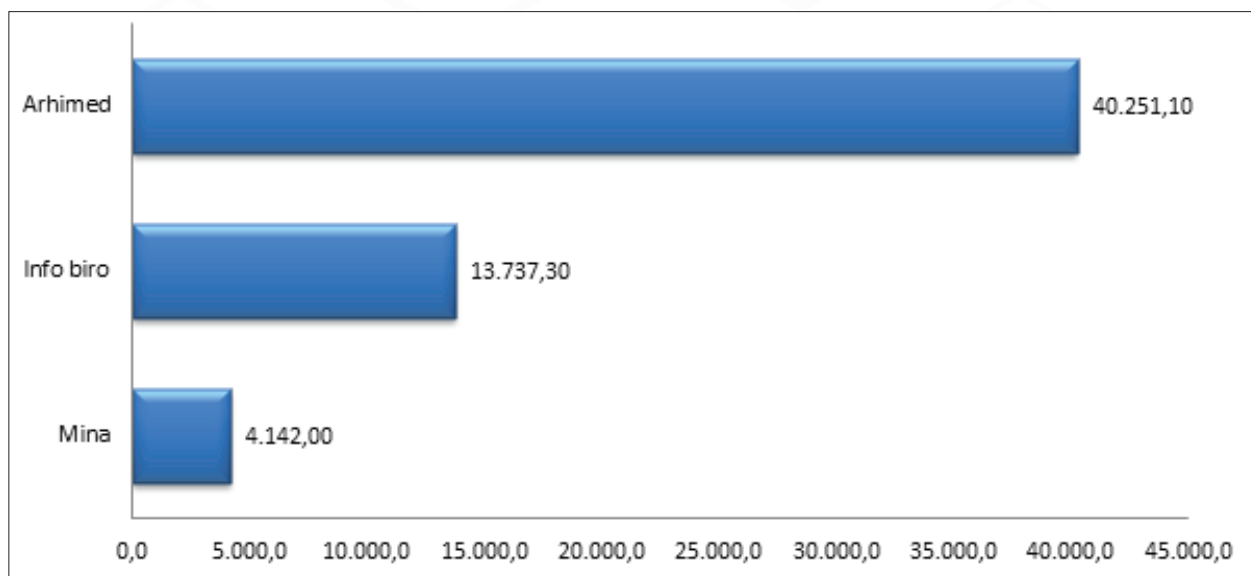
Portalima je ukupno uplaćeno **6.800,00 EUR**.



*Grafik 24: prikaz uplata portalima od strane ministarstava u EUR*

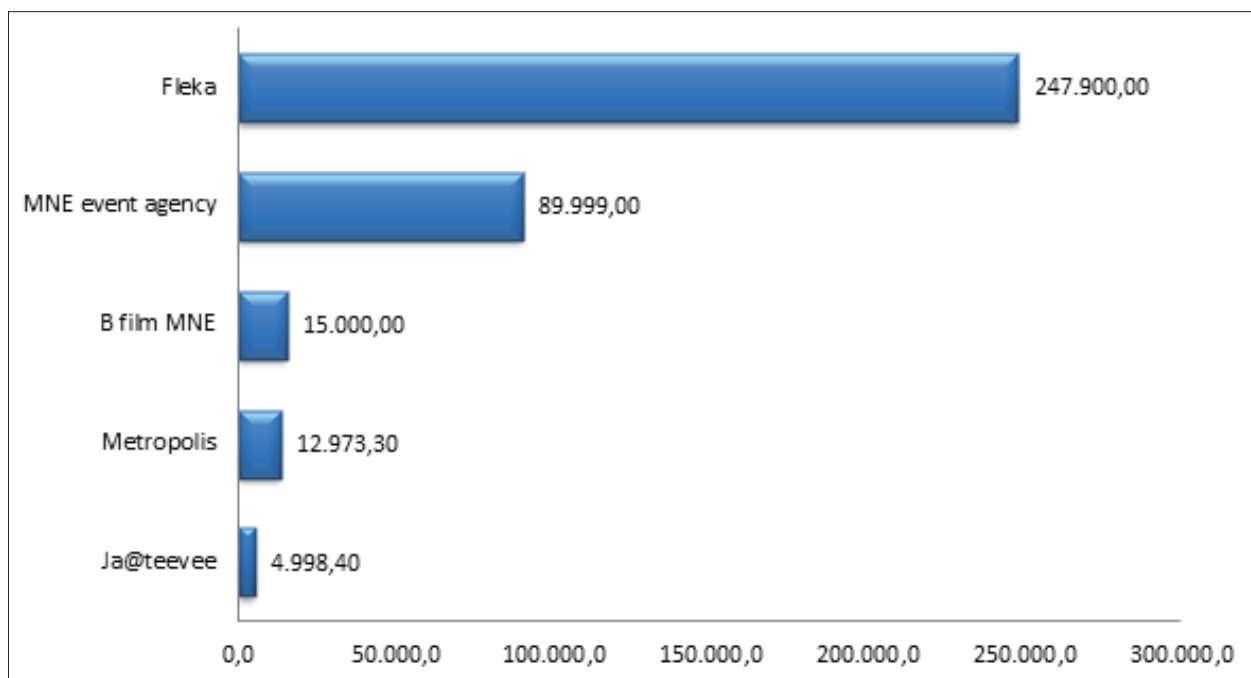
Cjelokupan iznos uplaćen je portalu Analitika, i to od strane Ministarstva pravde i Ministarstva nauke.

Informativne agencije i servisi dobili su na svoje račune **61.800.20 EUR** od ministarstava u 2015. godini.<sup>36</sup>



Grafik 25: prikaz uplata informativnim agencijama i servisima od strane ministarstava u EUR

Kad su u pitanju marketinške agencije i produkcijske kuće, ukupno su prema njima transferisala ministarstva sredstva u iznosu od **393.521,69 EUR**.



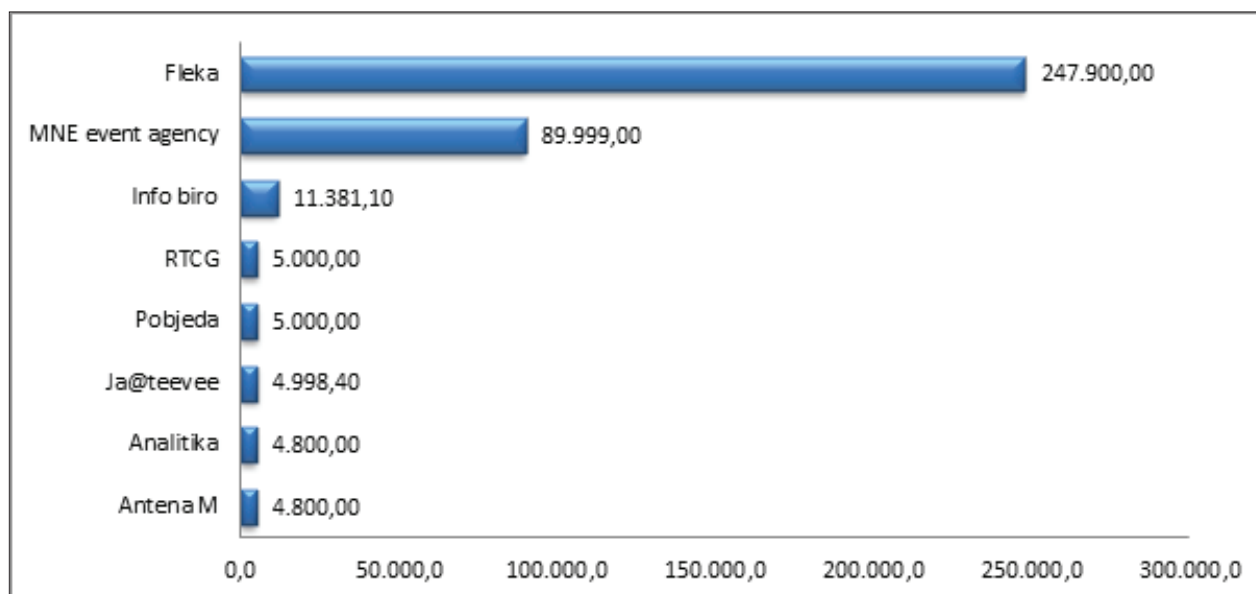
Grafik 26: prikaz uplata marketinškim agencijama i produkcijskim kućama od strane ministarstava u EUR

36 Grafičkim prikazom obuhvaćeni su samo oni subjekti koji su prihodovali više od 10.000 EUR



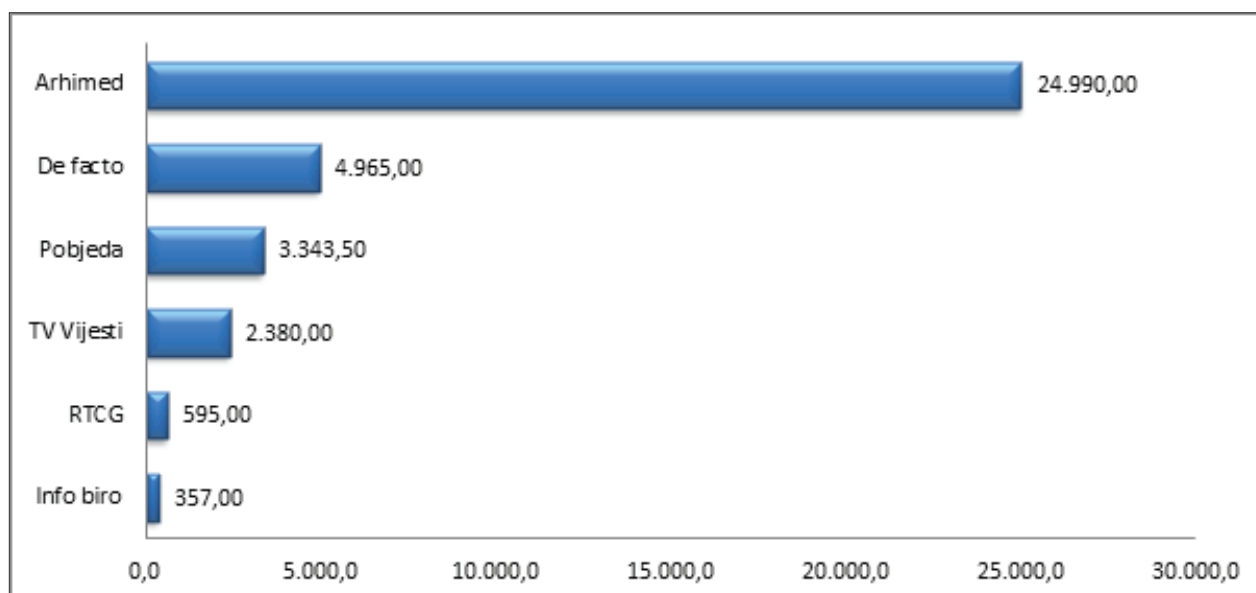
Imajući u vidu značaj Vlade i ministarstva kao organa izvršne vlasti i kreatora javnih politika, a u konkretnom istraživanju jednog od najvećih potrošača u sistemu, ukupni izdaci i struktura troškova pojedinačnih ministarstava će biti detaljno obrađeni i tabelarno prikazani.

Kao i prethodnih godina, **Ministarstvo održivog razvoja i turizma** imalo je najveće izdatke po navedenom osnovu, u ukupnom iznosu za 2015. godine od 382.178,49 EUR.



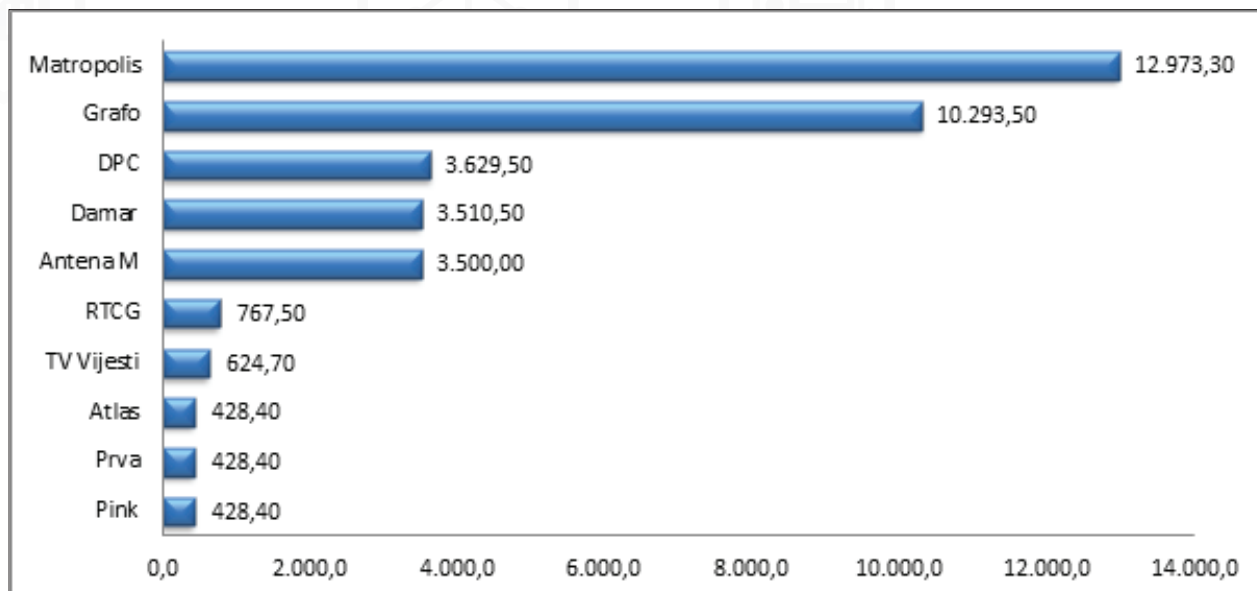
Grafik 27: struktura troškova Ministarstva održivog razvoja i turizma u EUR

**Ministarstvo unutrašnjih poslova** je imao ukupan izdatak od 37.296,50 EUR.



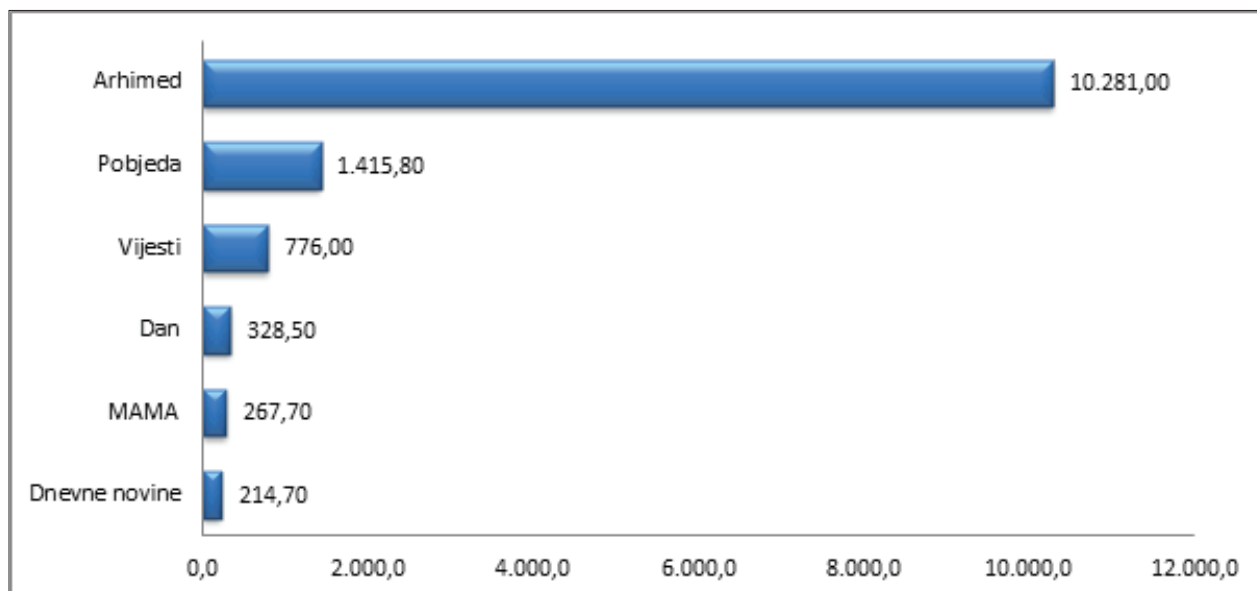
Grafik 28: struktura troškova Ministarstva unutrašnjih poslova u EUR

Ukupni troškovi **Ministarstva pravde** bili su 36.584,30 EUR



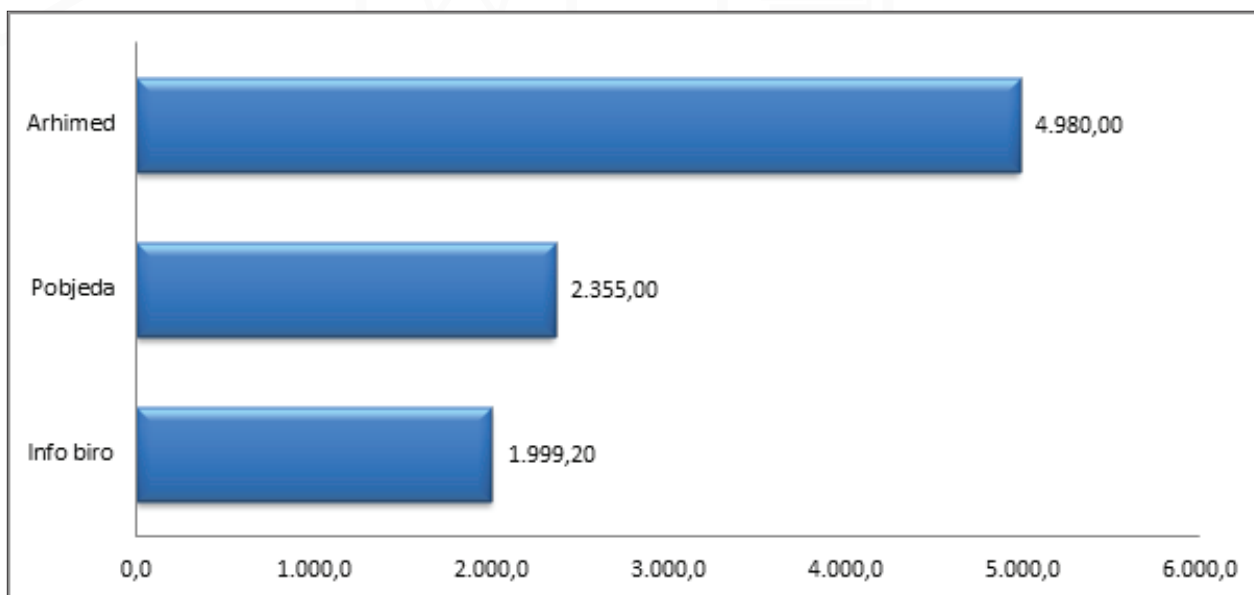
Grafik 29: struktura troškova Ministarstva pravde u EUR

Troškovi **Ministarstva kulture** bili su 13.319,27 EUR, uz napomenu da na sajtu Ministarstva kulture nijesu dostupni podaci o konkursima za medije, koji su ranijih godina postojali a Godišnji izvještaj o državnoj pomoć u tom dijelu upućuje samo na Ministarstvo kulture.



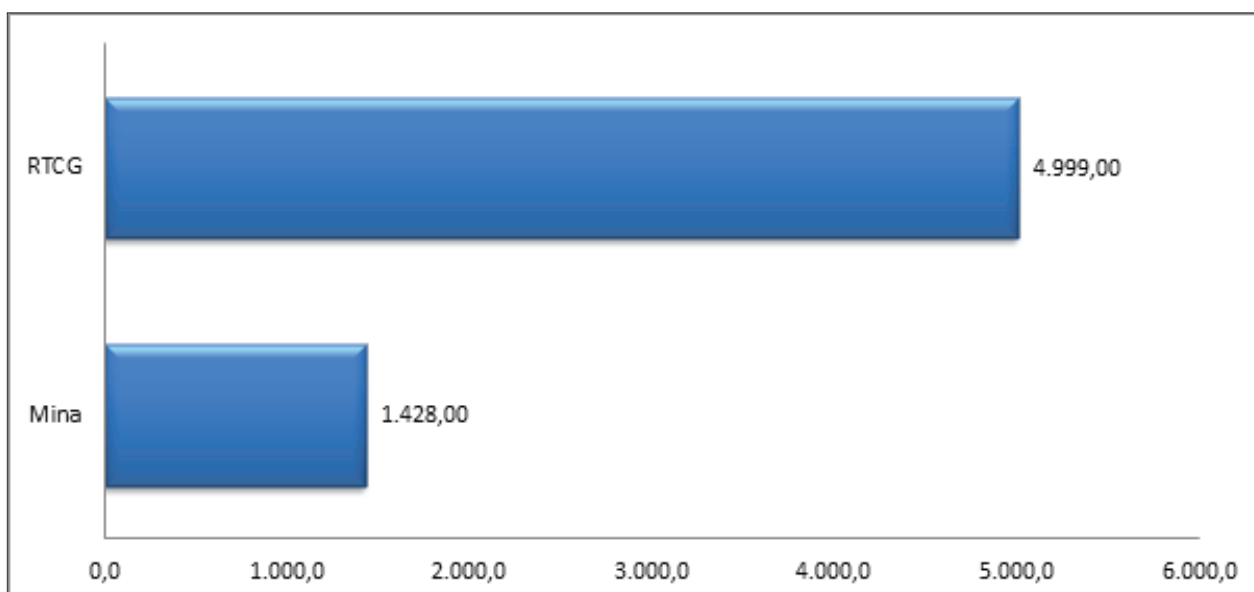
Grafik 30: struktura troškova Ministarstva kulture u EUR

Ukupan iznos **Ministarstva za informaciono društvo i telekomunikacije (MIDT)** bio je 9.334,35 EUR.



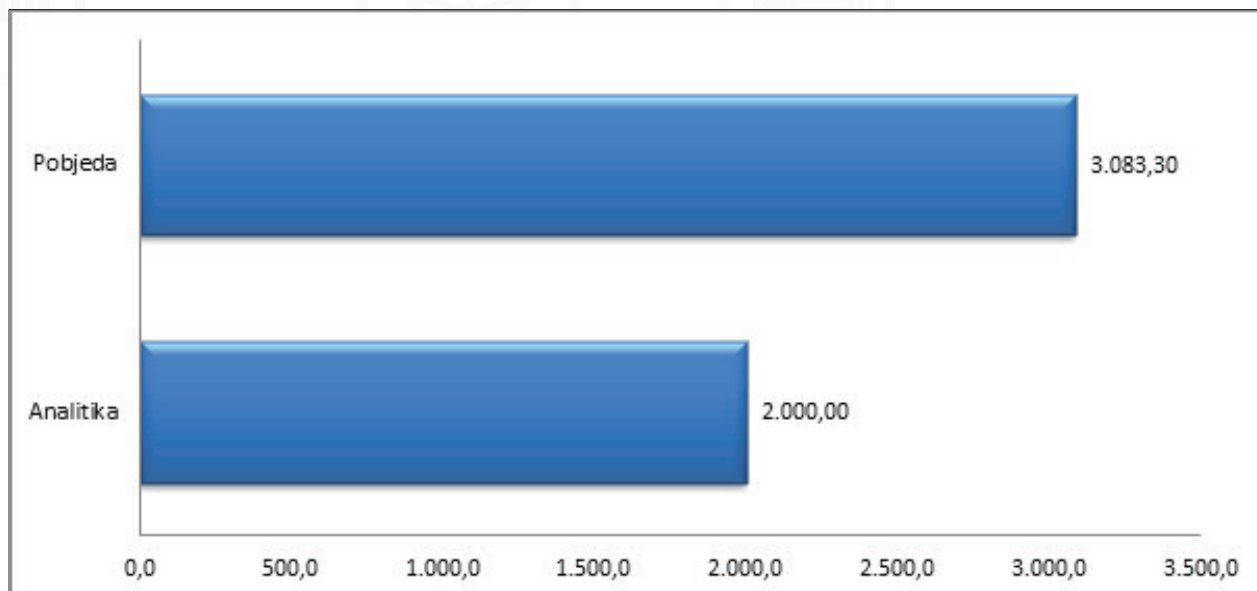
Grafik 31: struktura troškova MIDT u EUR

Ukupan iznos uplaćen medijima, informativnim agencijama i servisima, marketinškim agencijama i produkcijskim kućama od strane **Ministarstva prosvjete** bio je 6.665.00 EUR.



Grafik 32: struktura troškova Ministarstva prosvjete u EUR

Ukupan trošak **Ministarstva nauke** bio je 5.083,30 EUR.



Grafik 33: struktura troškova Ministarstva nauke u EUR

Ministarstvo saobraćaja i pomorstva ukupan iznos od 2.004,90 EUR uplatilo je Pobjedi, Ministarstvo odbrane 15.000,00 EUR uplatilo je agenciji B film Montenegro, dok su Ministarstvo finansija i Ministarstvo za ljudska i manjinska prava cijelokupan iznos uplatili Mina agenciji i to: MF 1.428,00 EUR odnosno MLJMP 1.356,00 EUR. Po dostavljenim podacima troškove po ovom osnovu nijesu imali: Generalni sekretarijat Vlade Crne Gore, Ministarstvo zdravlja, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija i Ministarstvo ekonomije.

### **Organi uprave<sup>37</sup>**

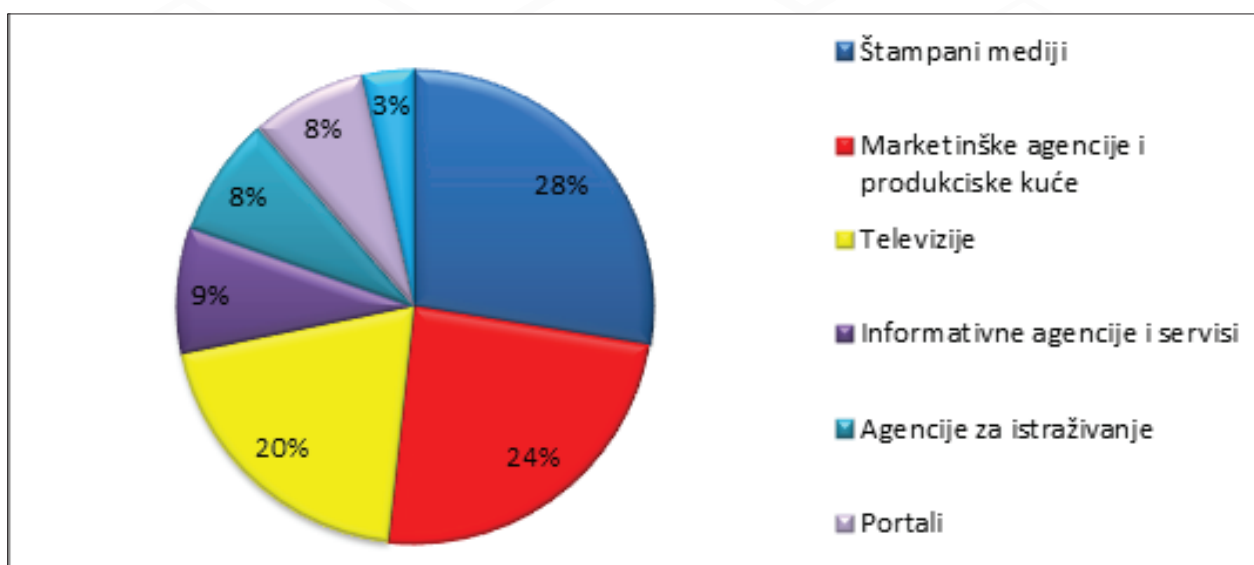
Istraživanjem su obuhvaćena 73 organa uprave (u sastavu ministarstava i samostalni organi uprave), odnosno preciznije uprave, zavodi, fondovi i agencije. Većina, tj. 60 je odgovorilo pozitivno na upućeni dopis u zakonskom roku, dok je 13 organa uprave dostavilo tražene podatke nakon intervencije Agencije za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama. Troškove je imalo njih 29, a po dostavljenim podacima ostali organi nijesu imali izdatke po ovom osnovu.

Organi uprave, u toku 2015. godine, utrošili su ukupno **256.359,67 EUR**. Od datog iznosa, Komisija za raspodjelu dijela prihoda od igara na sreću, kroz finansiranje projekata, medijima raspodijelila je **11.500 EUR** i biće zasebno obrađena. Komisija djeluje u okviru Ministarstva finansija, ali kroz finansiranje projekata sredstva dodjeljuje i medijima.

Preostali iznos od **244.859,67 EUR** utrošen je tako što je za štampane medije

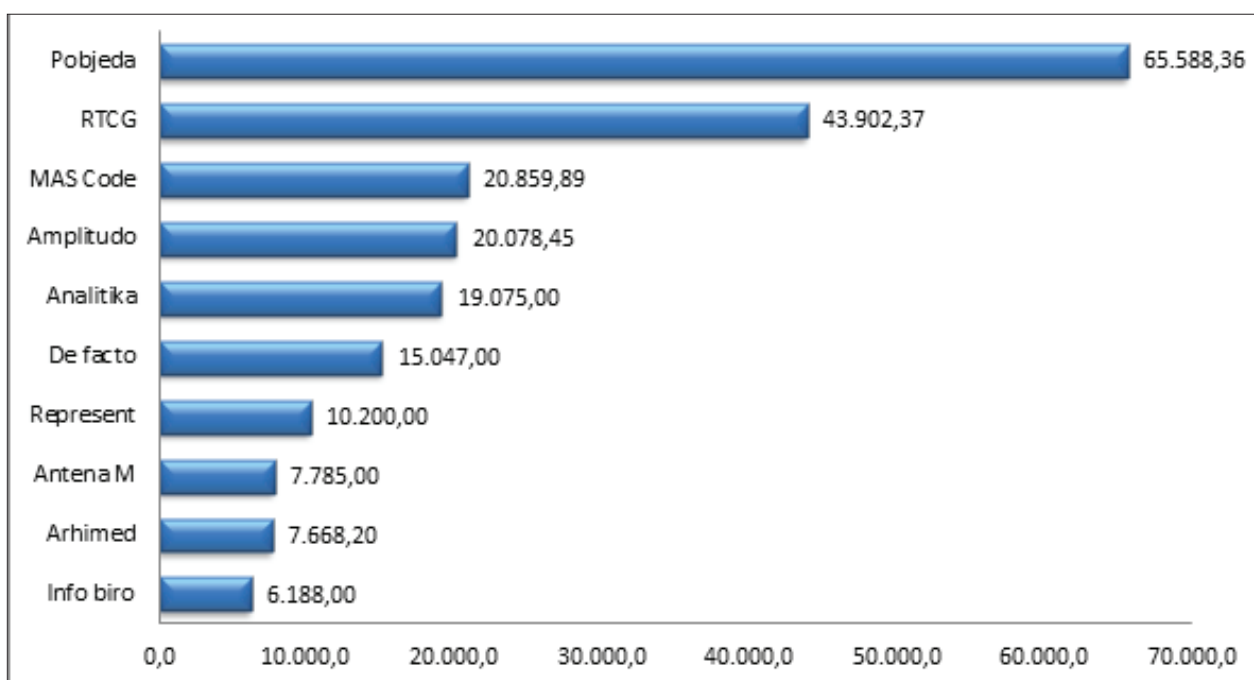
37 Zbog preglednosti grafičke obrade podataka, na istom mjestu su obrađeni organi uprave u sastavu ministarstava i samostalni organi uprave.

izdvojeno **66.618,48 EUR (27,2%)**, za TV **48.402,37 EUR (19,8%)**, za radio stanice **8.553,90 EUR (3,5%)**, za portale **19.134,50 EUR (7,8%)**, za informativne agencije i servise **20.659,35 EUR (8,4%)**, za agencije za istraživanje javnog mnjenja **19.676,10 EUR (8%)**, i za marketinške agencije i produkcijske kuće **58.194,98 EUR (23,8%)**.



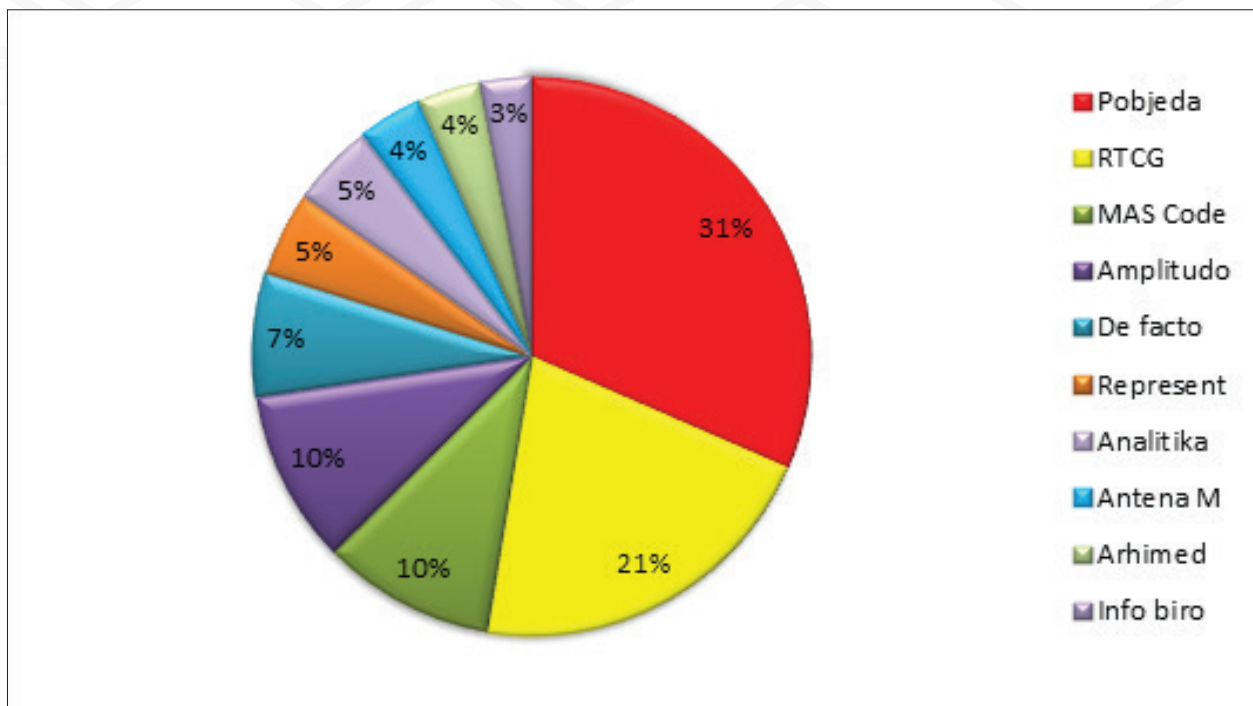
Grafik 34: kategorije subjekata koje su prihodovali od strane organa uprave u procentualnim iznosima

Kad je u pitanju struktura subjekata kojima je novac uplaćen, zbog manjeg broja biće kumulativno prikazani u jednoj tabeli, bez prethodne podjele po tipu subjekta.<sup>38</sup>



Grafik 35: struktura subjekata koje su prihodovali od strane organa uprave u EUR

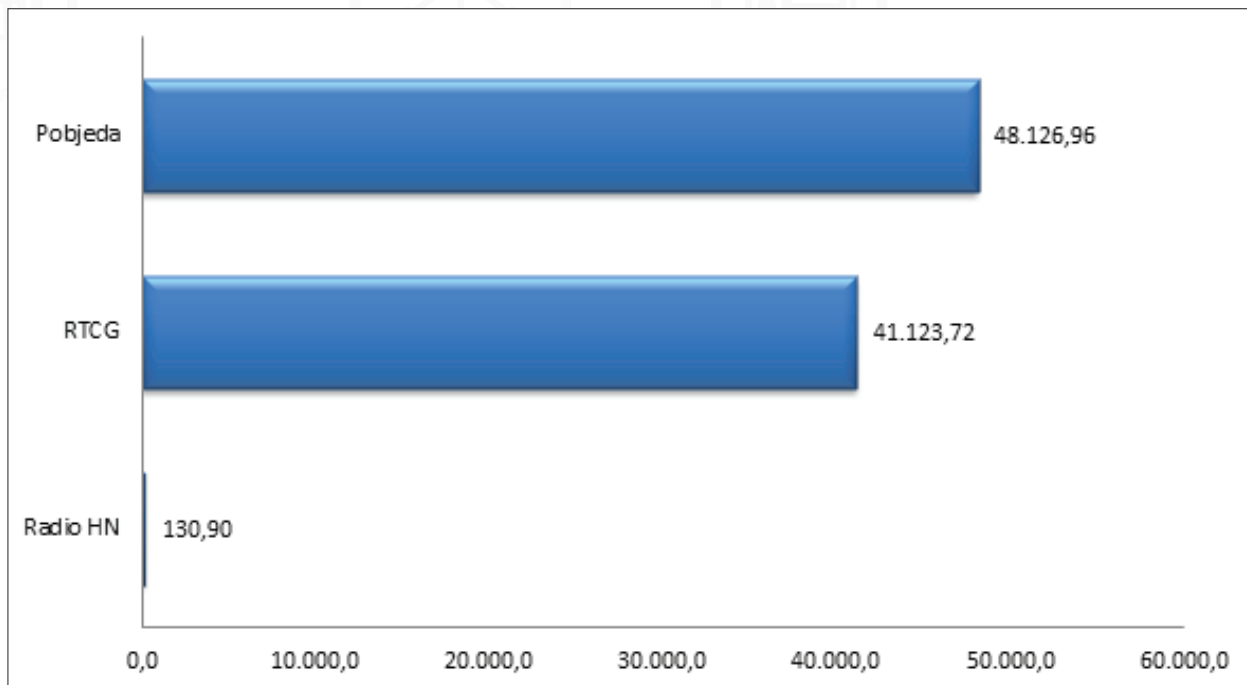
38 Predmet obrade su samo oni subjekti kojima je uplaćeno više od 5.000 EUR, na godišnjem nivou.



*Grafik 36: struktura subjekata koje su prihodovali od strane organa uprave u procentualnim iznosima*

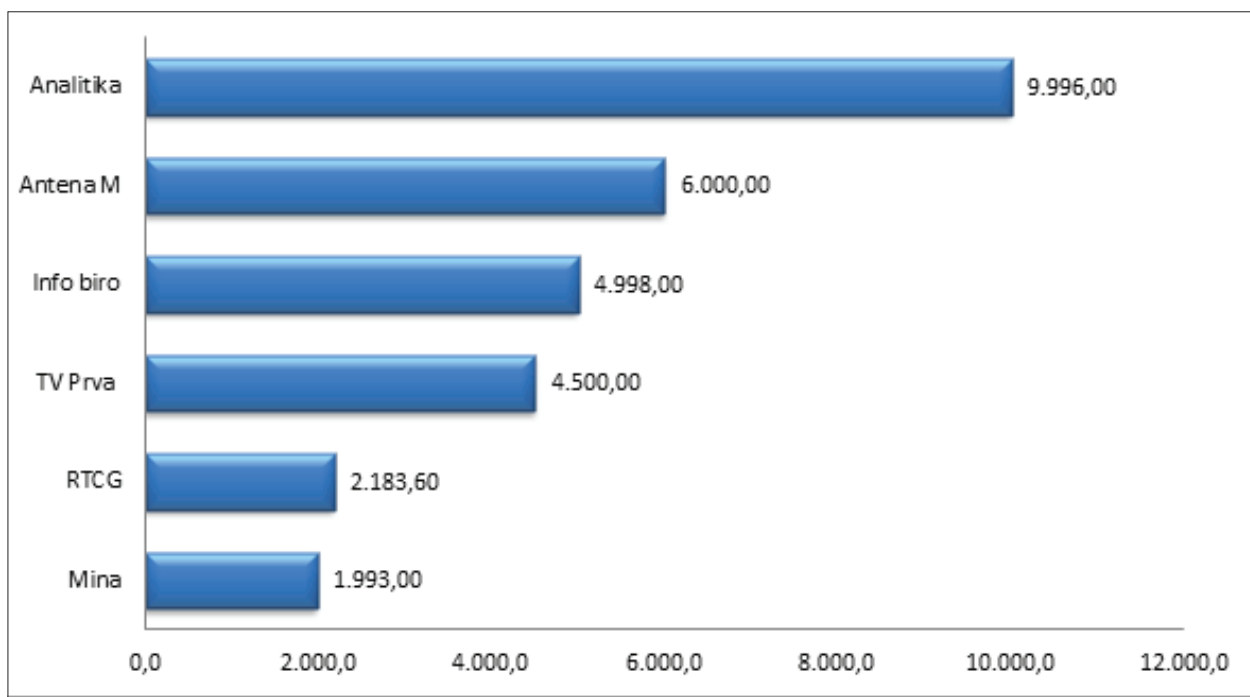
Od 29 organa uprave koji su dostavili tražene podatke, pet je utrošilo više od 80% ukupnih sredstava, odnosno preciznije 198.218,73 EUR. Ta sredstva su uplaćena od strane Zavoda za zapošljavanje 89.619,63 EUR, Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost 44.110,70 EUR, zatim Investiciono razvojnog fonda 26.492,49 EUR, Fonda za zaštitu depozita 26.095,89 EUR i Agencije za civilno vazduhoplovstvo 11.900,00 EUR, te će stoga samo navedeni organi biti zasebno grafički obrađeni.

### Zavod za zapošljavanje Crne Gore



Grafik 37: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Zavoda za zapošljavanje Crne Gore u EUR

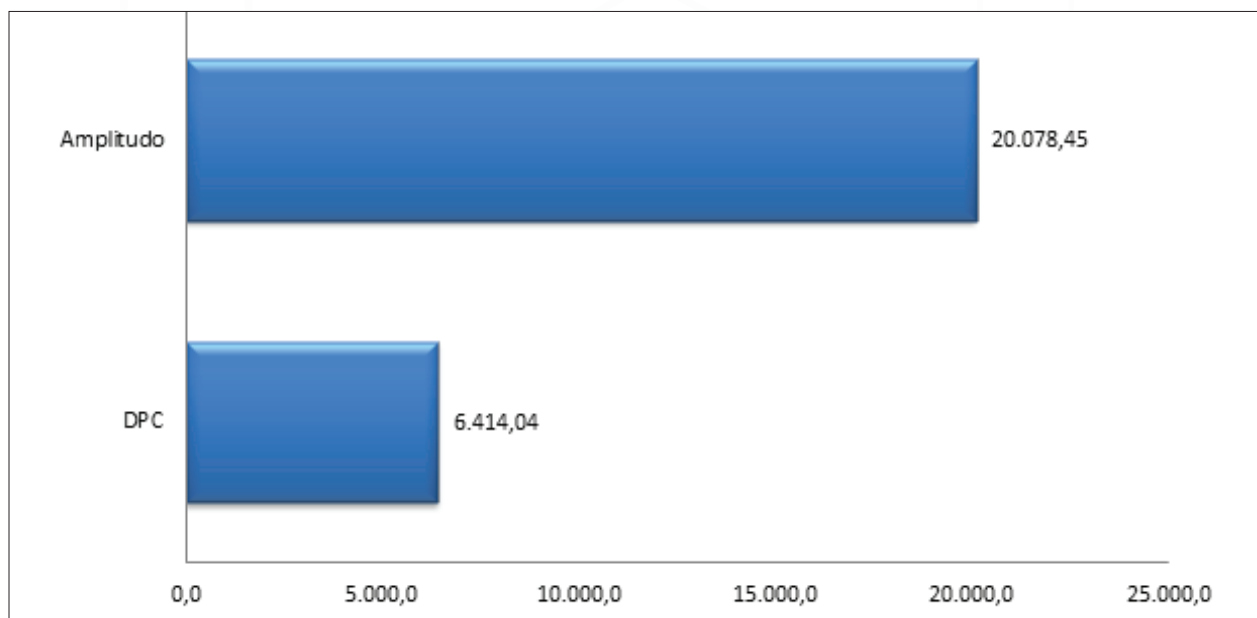
### Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost



Grafik 38: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost u EUR

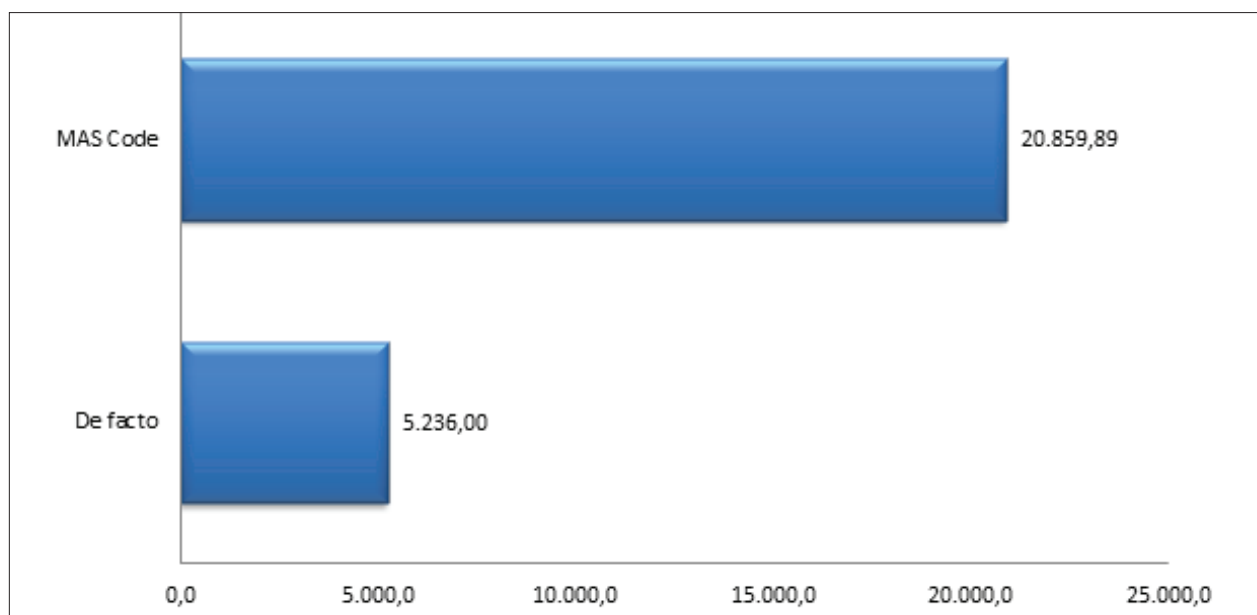
Dodatno, uz medije koji su navedeni u tabeli, sredstva su uplaćena i za usluge dvije agencije za istraživanje javnog mnjenja. Tako je agenciji *De facto* uplaćeno 9.811,00 EUR, dok je agencija *Damar* prihodovala 4.629,10 EUR.

### Investiciono razvojni fond



Grafik 39: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Investiciono razvojnog fonda u EUR

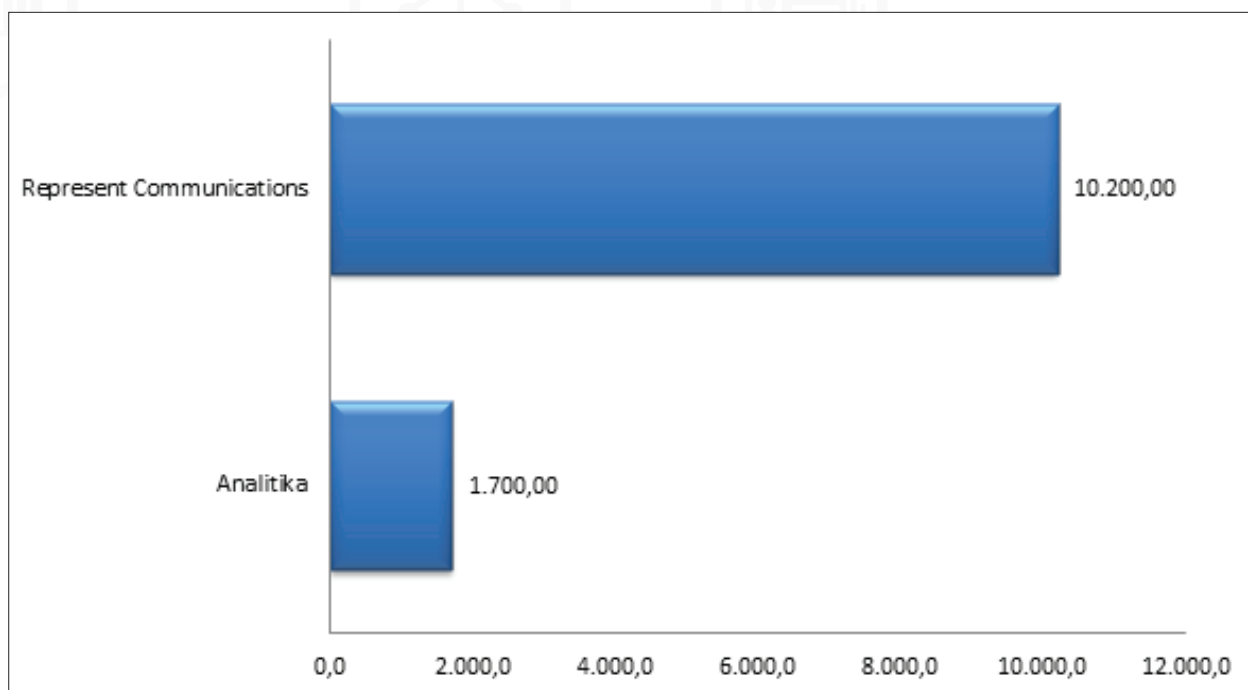
### Fond za zaštitu depozita Crne Gore



Grafik 40: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Fonda za zaštitu depozita Crne Gore u EUR



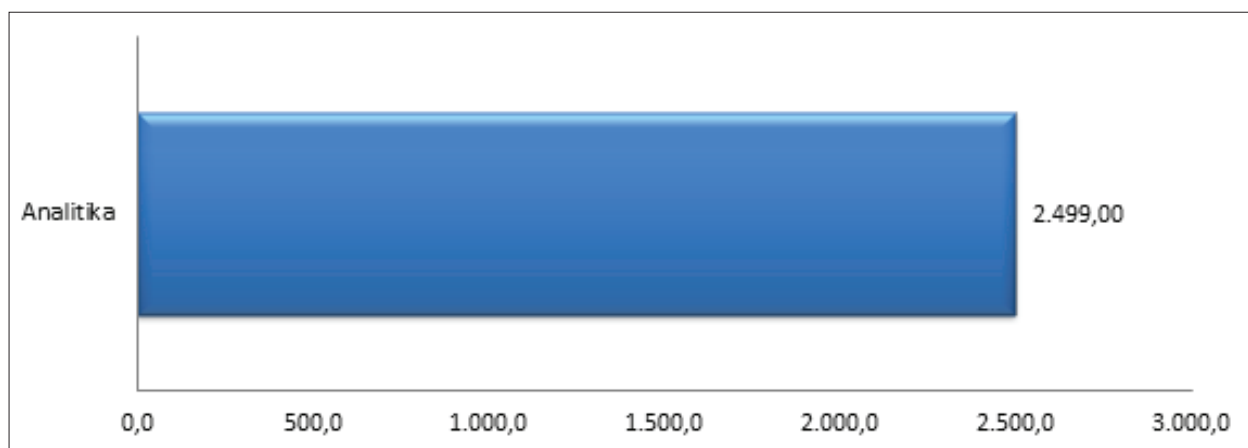
## Agencija za civilno vazduhoplovstvo



Grafik 41: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Agencije za civilno vazduhoplovstvo u EUR

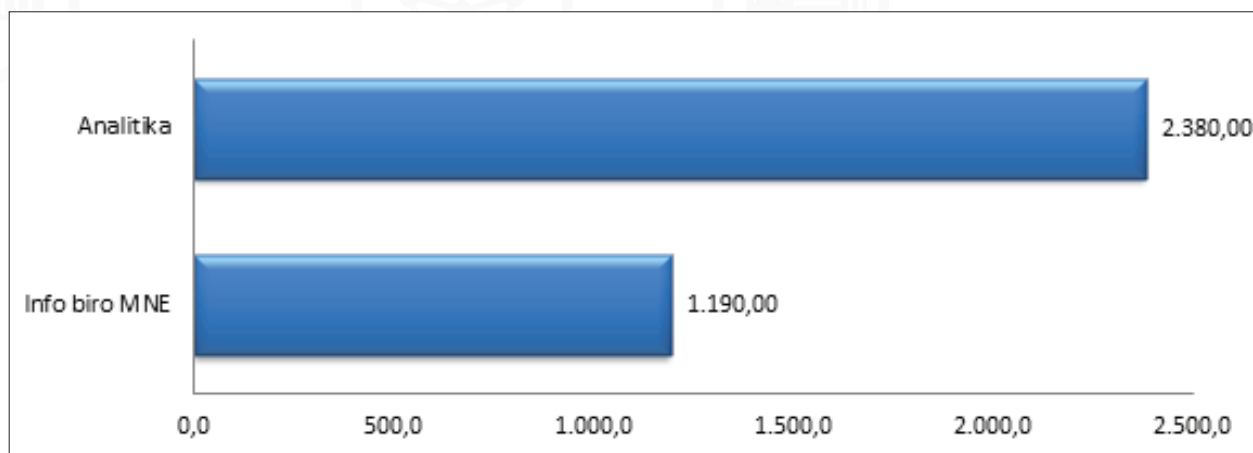
Uz navedene organe uprave čiji su troškovi grafički prikazani u odnosu na subjekte koji su primaoci sredstava, potrebno je istaći i one čiji su godišnji izdaci bili skromniji i kretali su se u manjim iznosima, do 5.000 EUR na godišnjem nivou.

## Uprava carina



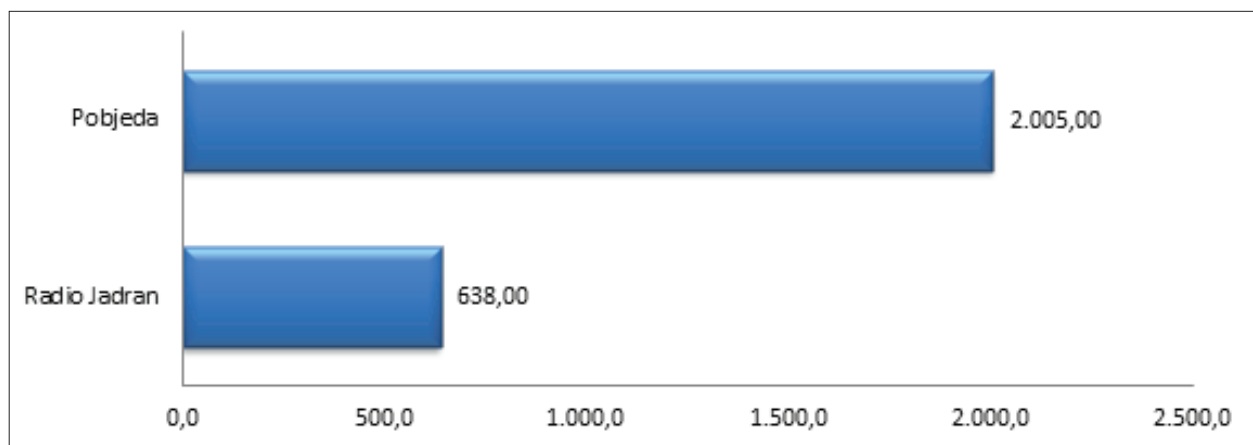
Grafik 42: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Uprave carina u EUR

### Uprava za inspekcijske poslove



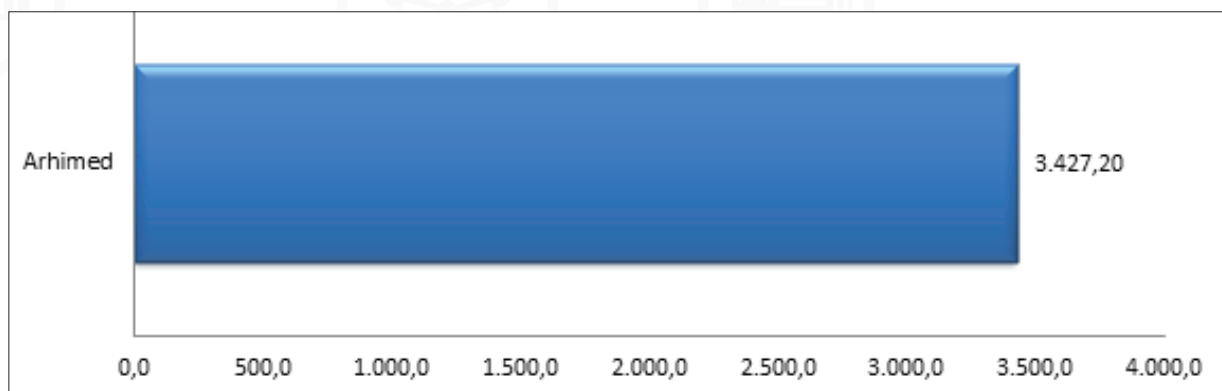
Grafik 43: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Uprave za inspekcijske poslove u EUR

### Uprava pomorske sigurnosti



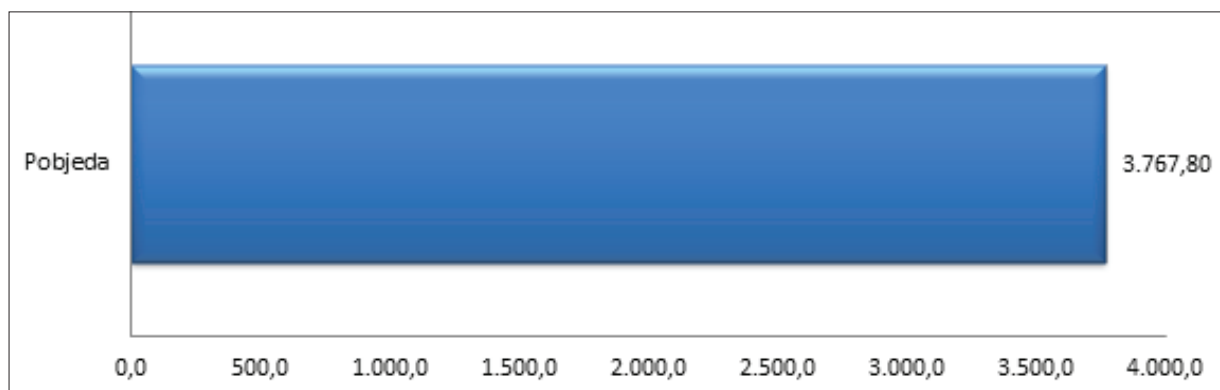
Grafik 44: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Uprave pomorske sigurnosti u EUR

### Uprava za sprečavanje pranja novca i finansiranje terorizma



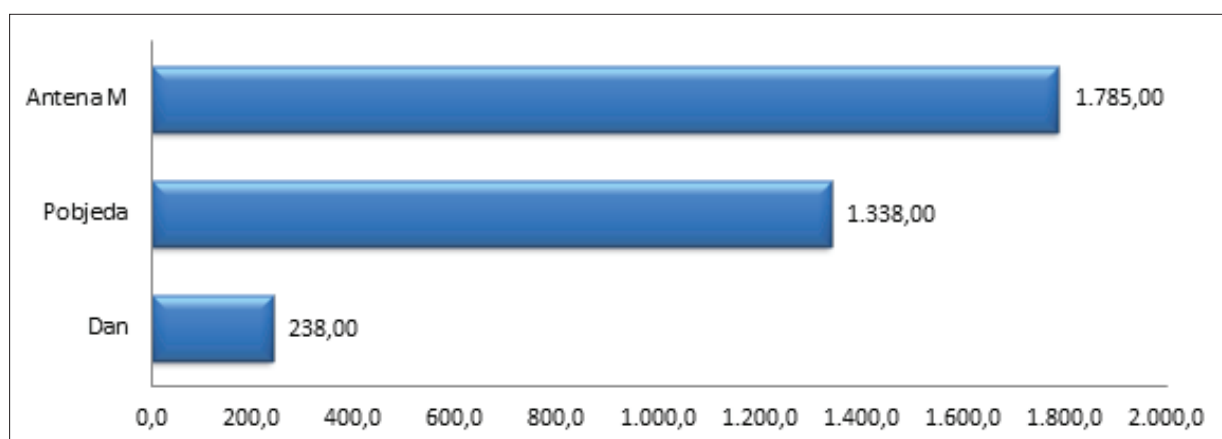
Grafik 45: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Uprave za sprečavanje pranja novca u EUR

### Direkcija za saobraćaj



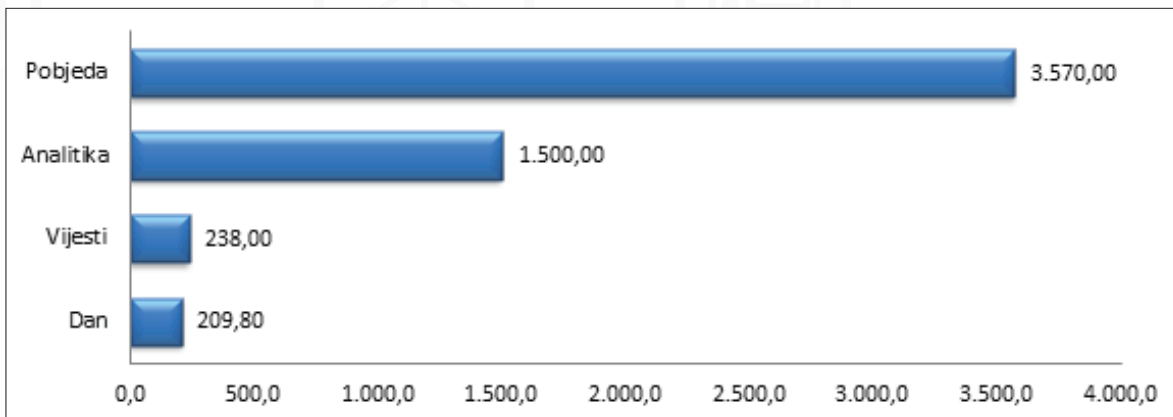
Grafik 46: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Direkcije za saobraćaj u EUR

### Agencija za stanovanje



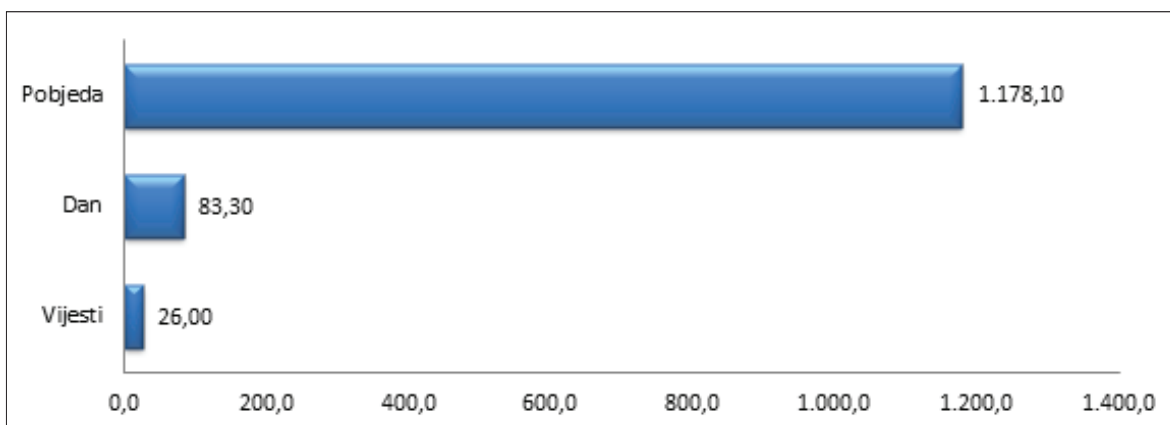
Grafik 47: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Agencije za stanovanje u EUR

### Agencija za elektronske medije



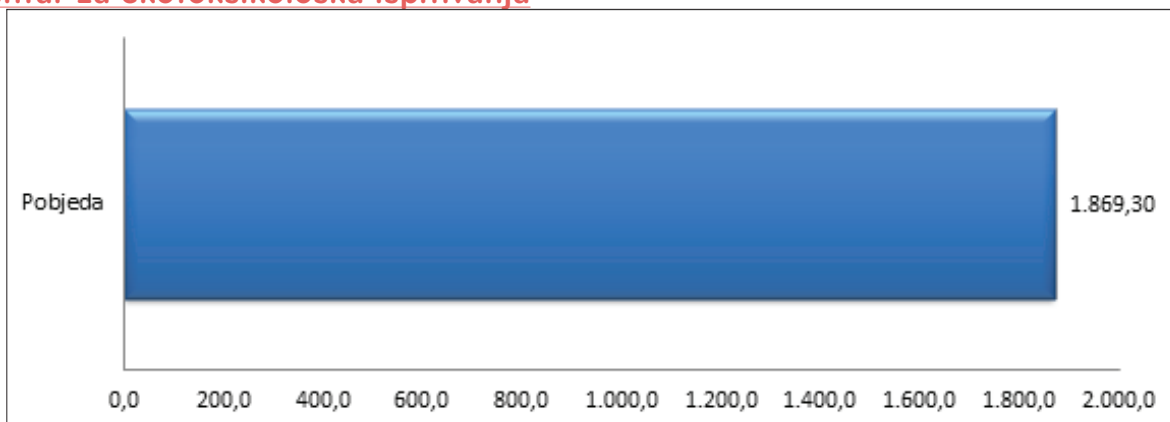
Grafik 48: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Agencije za elektronske medije u EUR

### Regulatorna agencija za energetiku



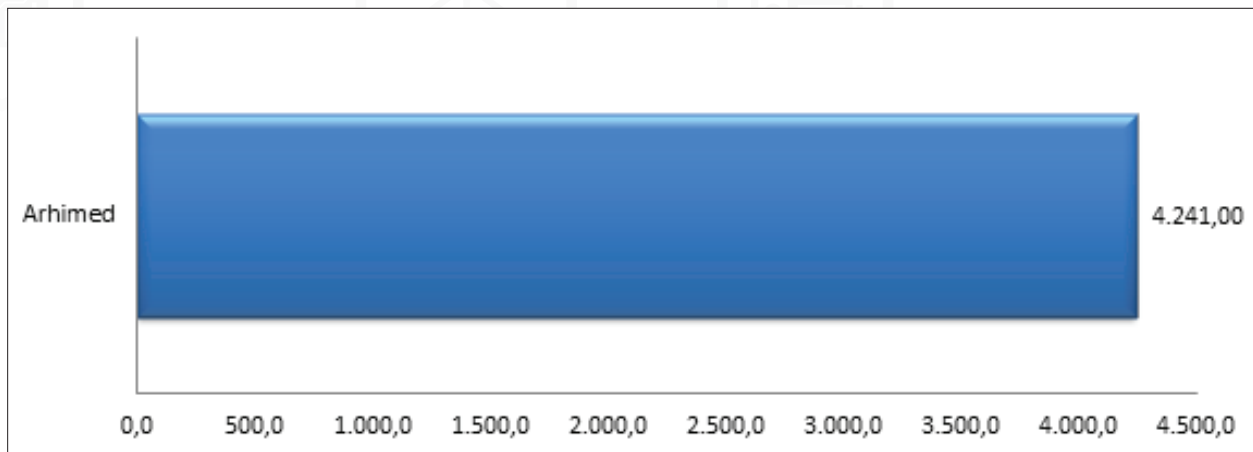
Grafik 49: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Regulatorne agencije za energetiku u EUR

### Centar za ekotoksikološka ispitivanja



Grafik 50: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Centra za ekotoksikološka istraživanja u EUR

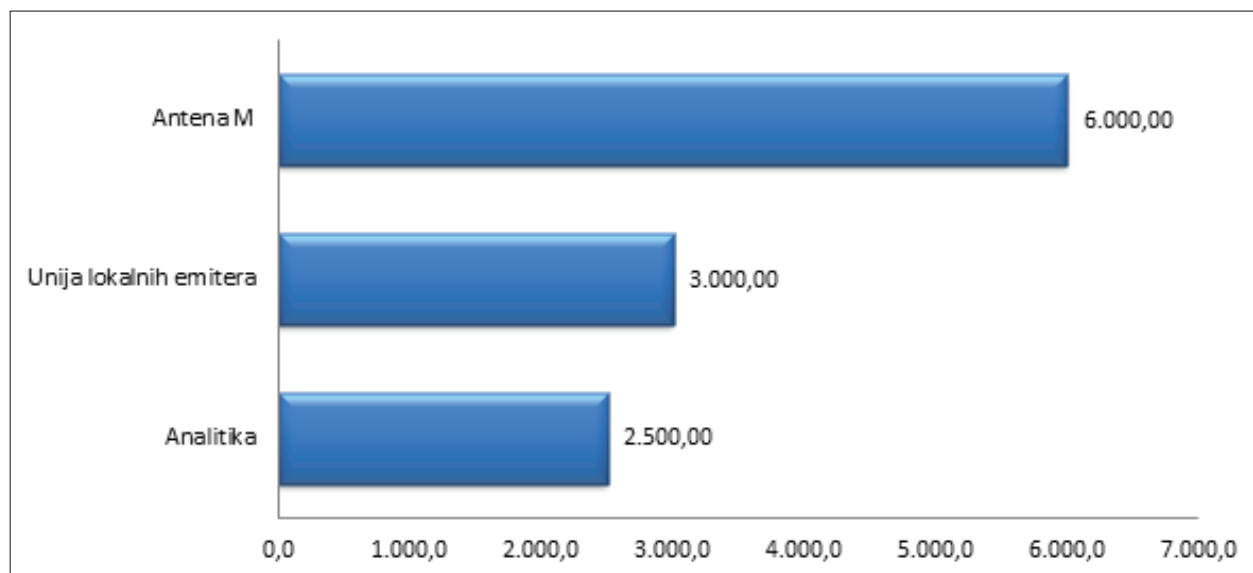
### Fond za zdravstveno osiguranje



Grafik 51: struktura troškova po subjektima koji su primaoci sredstava od Fonda za zdravstveno osiguranje u EUR

### Komisija za raspodjelu dijela prihoda od igara na sreću

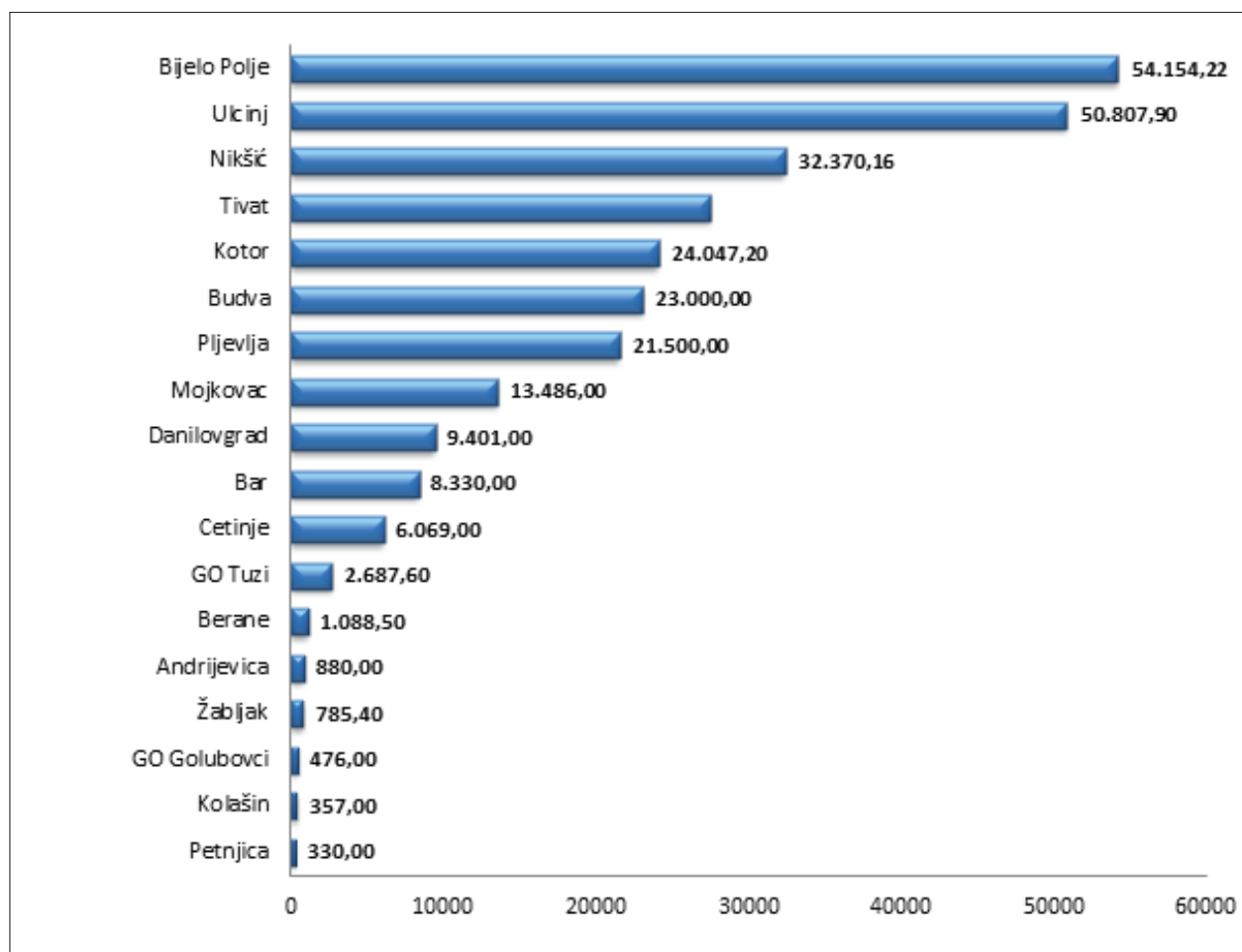
Kao što je već navedeno, predmet istraživanja bila je i **Komisija za raspodjelu dijela prihoda od igara na sreću**, koja nije zaseban organ već djeluje u okviru Ministarstva finansija, ali kroz konkurs za finansiranje projekata sredstva dodjeljuje i medijima. Ukupan iznos koji je Komisija izdvojila po odobrenim projektima medijima, u 2015. godini, bio je **11.500.00 EUR**.



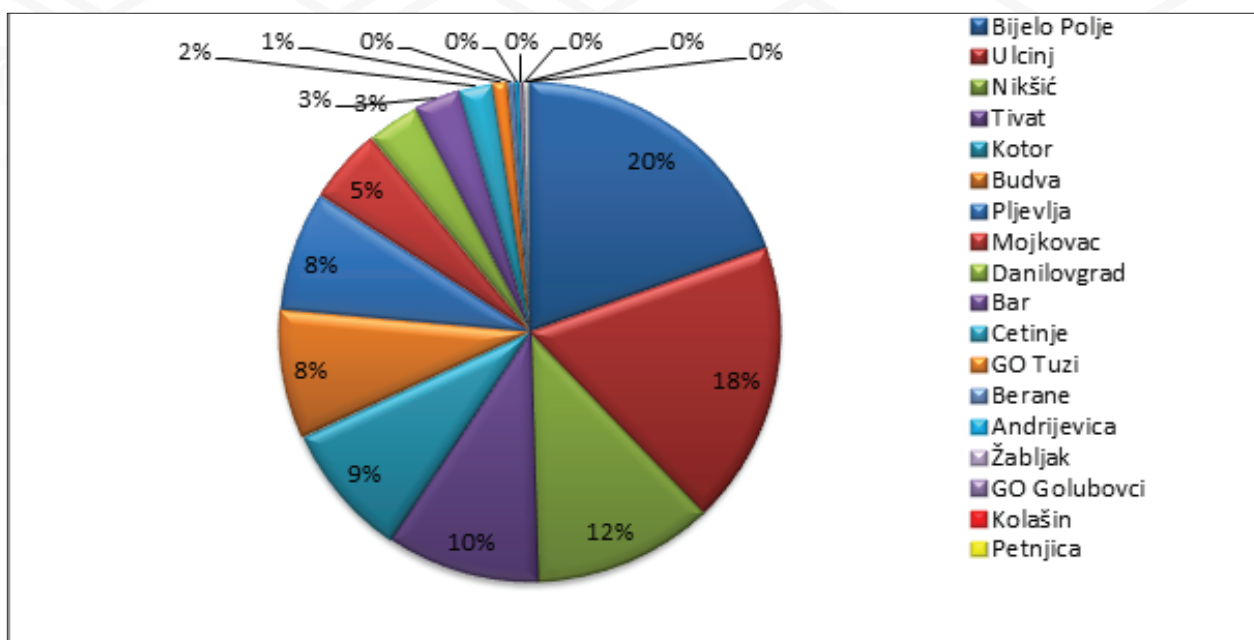
Grafik 52: struktura podržanih medija od Komisije u EUR

### Lokalne samouprave

Značajna sredstva u svrhu oglašavanja i reklamiranja izdvojena su iz budžeta lokalnih samouprava. Ukupan iznos sredstava je **277.227,53 EUR**. Od 23 opštine u Crnoj Gori, 21 je pozitivno odgovorilo na dopis i dostavilo tražene podatke. Dostavljeni podaci su po strukturi varirali što ukazuje na različitu interpretaciju Zakona o slobodnom pristupu informacijama od strane opština. **Lokalne samouprava koje nijesu dostavila tražene podatke, ni nakon rješenja Agencije, po tužbi CGO-a, su: Glavni grad Podgorica i Herceg Novi.** Opštine koje po navedenom osnovu *nijesu imale troškova* u 2015. godini su: Gusinje, Petnjica, Plužine, Plav, Rožaje i Šavnik.

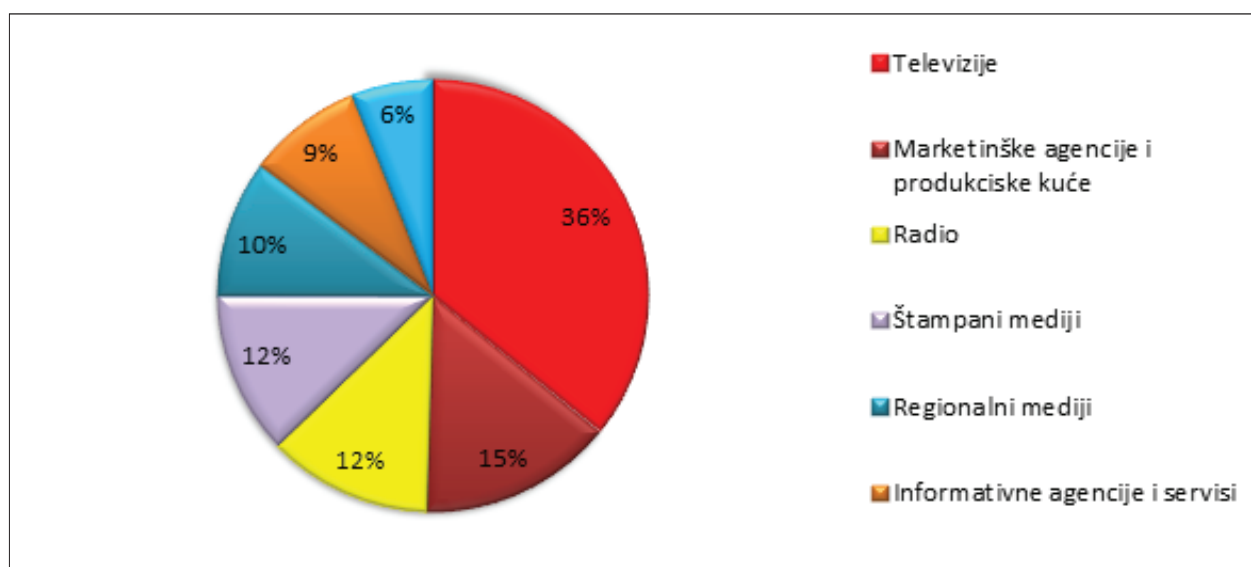


Grafik 53: izdaci po opštinama koje su imale troškove u EUR



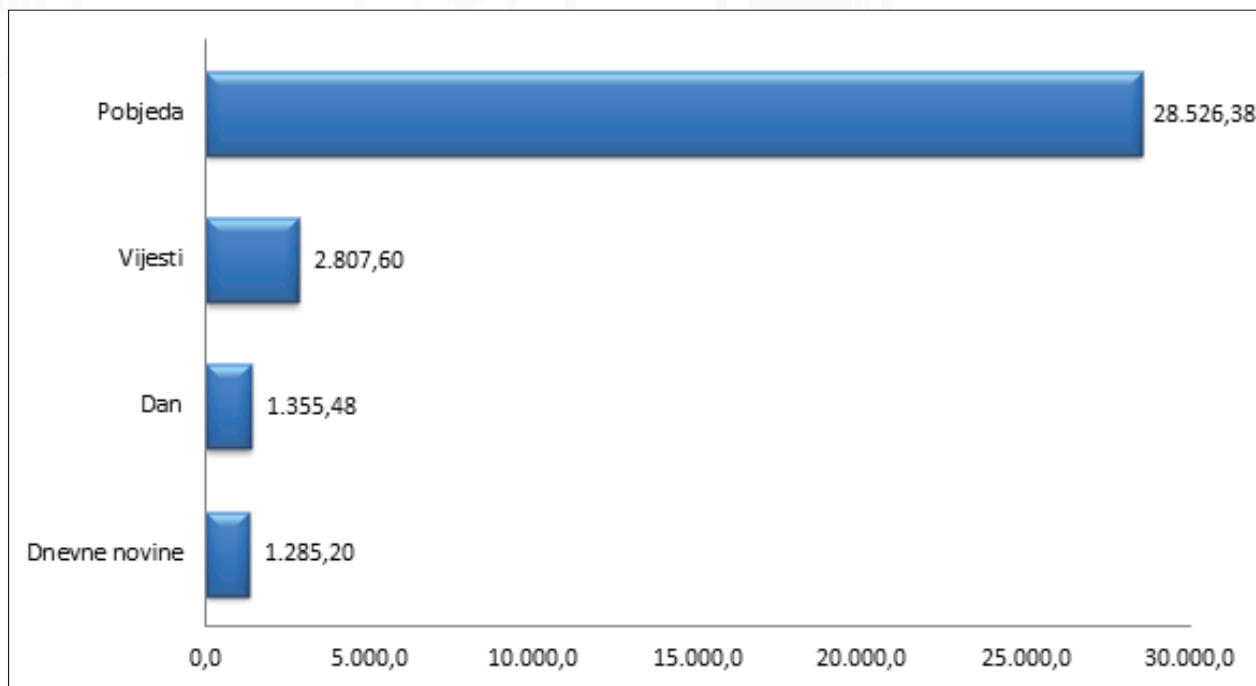
Grafik 54: izdaci po opštinama koje su imale troškove u procentualnim iznosima

Od ukupnog iznosa za štampane medije izdvojeno je **33.974.66 EUR (12,2%)**, za TV **99.332.22 EUR (35,8%)**, za radio stanice **34.091,00 EUR (12,3%)**, za portale **16.756,80 EUR (6%)**, za informativne agencije i servise **24.003,90 EUR (8,7%)**, za regionalne medije **28.500,00 EUR (10,2%)**, a za marketinške agencije i produkcijske kuće **40.568.95 EUR (14,6 %)**.

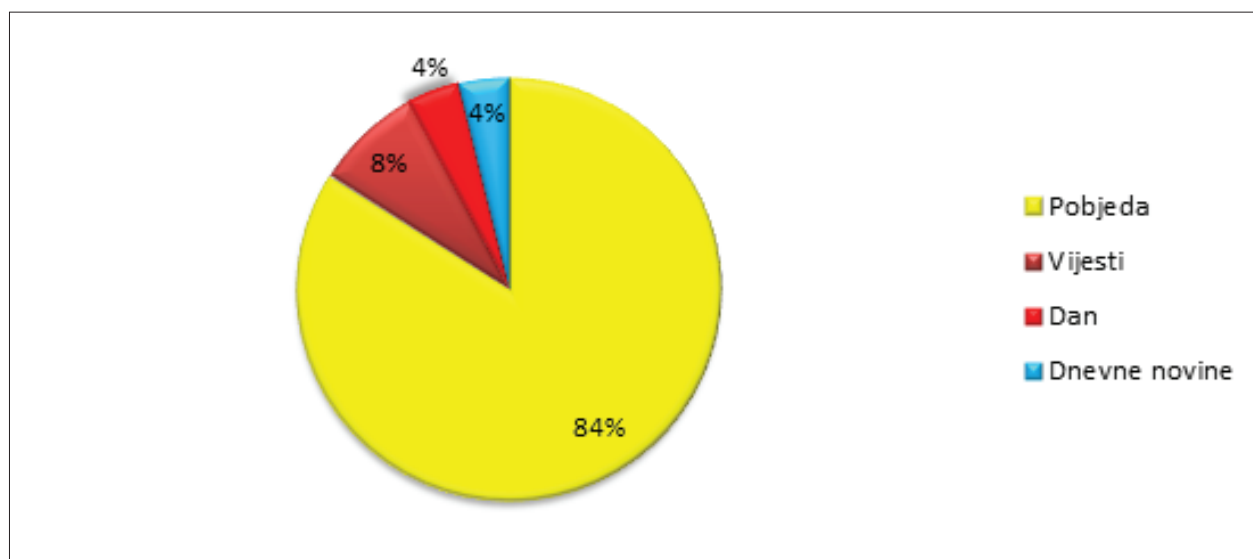


Grafik 55: izdaci opštinama po kategorijama u procentualnim iznosima

Kao što je navedeno, u ukupnom iznosu, od strane svih obrađenih lokalnih samuprava, štampani mediji dobili su **33.974,66 EUR**.



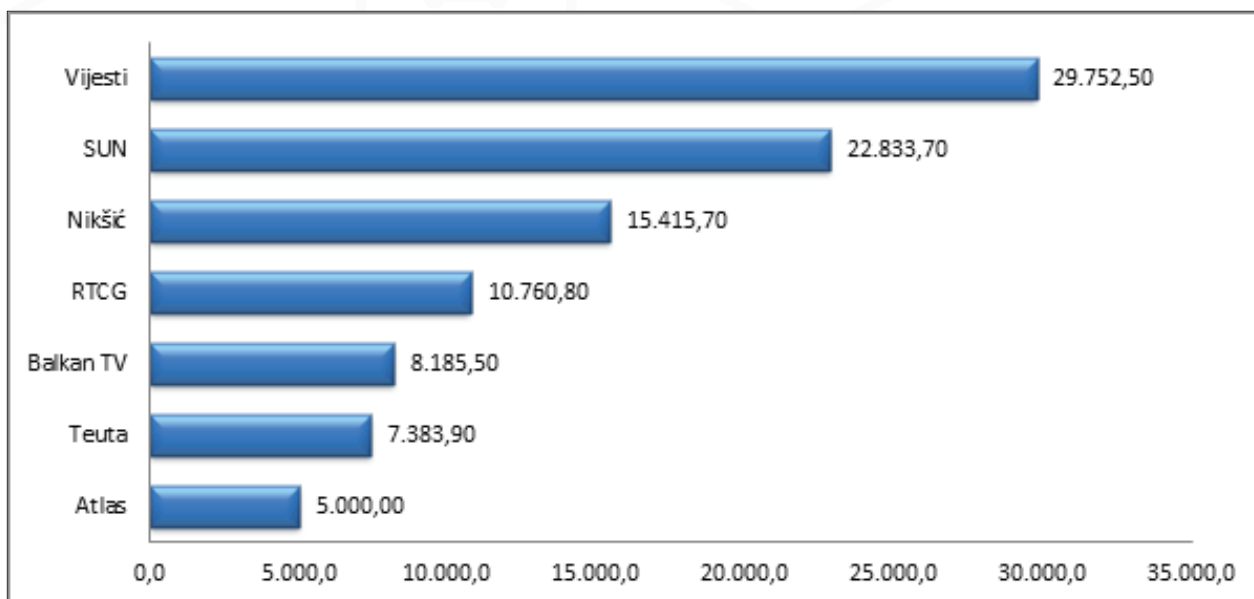
Grafik 56: struktura štampanih medija u koje su opštine ulagale sredstva u EUR



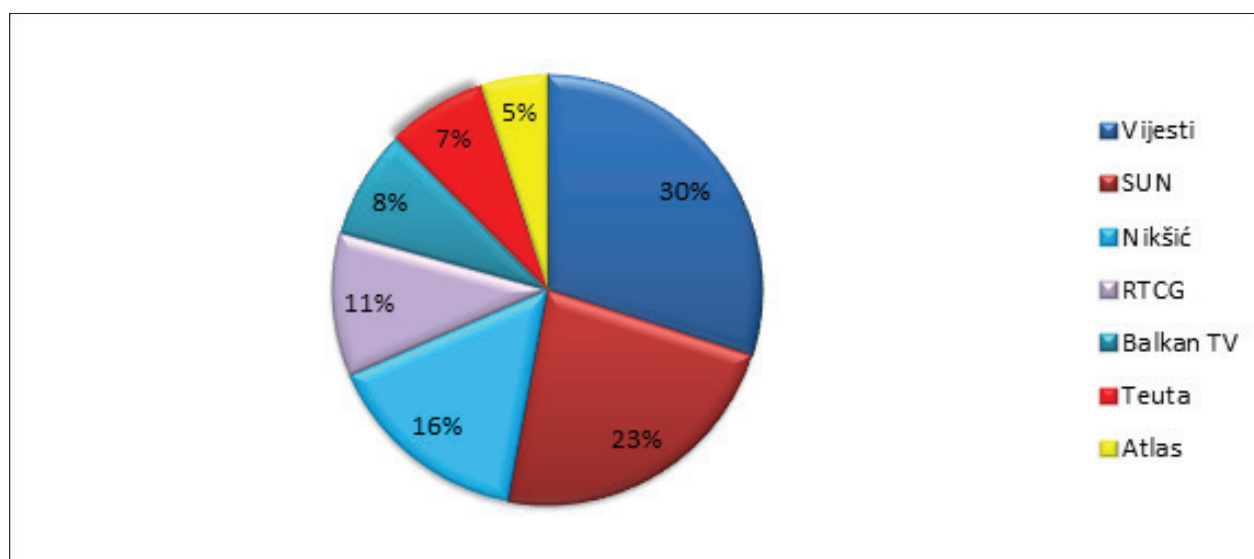
Grafik 57: struktura štampanih medija u koje su opštine ulagale sredstva u procentualnim iznosima



Za finansiranje televizijskih stanica, lokalne samouprave su ukupno izdvojile **99.332,22 EUR**.



Grafik 58: struktura TV u koje su opštine ulagale sredstva u EUR

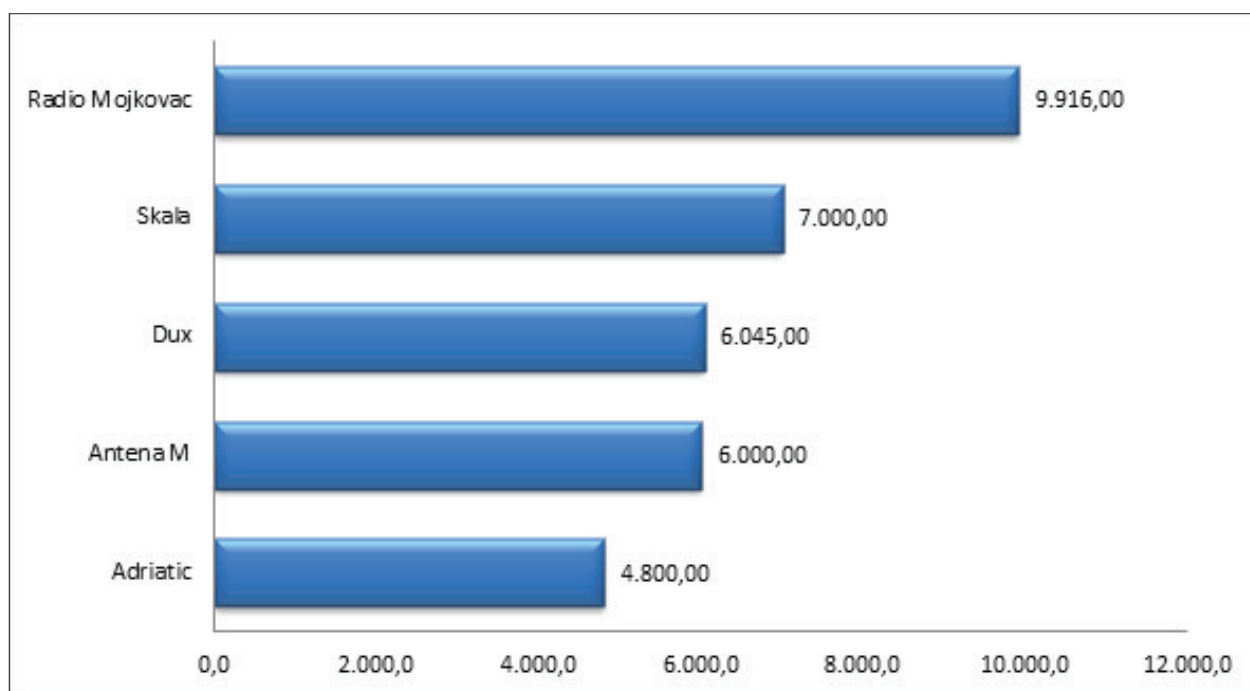


Grafik 59: struktura TV u koje su opštine ulagale sredstva u procentualnim iznosima

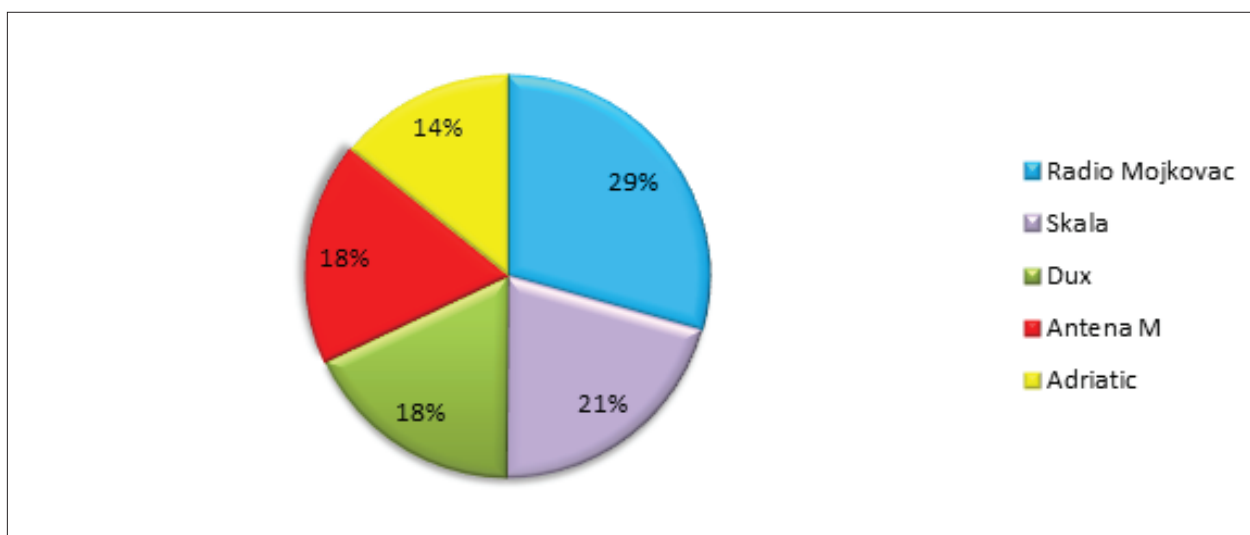
U cilju potpunijeg uvida u izdvajanja po opštinama, treba napomenuti da su sredstva najčešće uplaćivana lokalnim TV stanicama, i to iz budžeta one opštine na čijoj teritoriji se emituje program. Tako je cjelokupni iznos TV Sun iz lokalnog budžeta opštine Bijelo Polje i TV Nikšić iz opštine budžeta opštine Nikšić.

Iznos izdvojen za TV Vijesti uplaćen je iz budžeta opština Budva, Kotor, Tivat, Ulcinj i Berane, dok je ukupan iznos za RTCG uplaćen od strane opština Bijelo Polje, Danilovgrad, Tivat i Gradske opštine Tuzi. Atlas televiziji sva sredstva uplaćena su iz opštine Budva.

Ukupan iznos za radio stanice, izdvojen iz budžeta lokalnih samouprava je **34.091,00 EUR**, i to na sljedeći način:



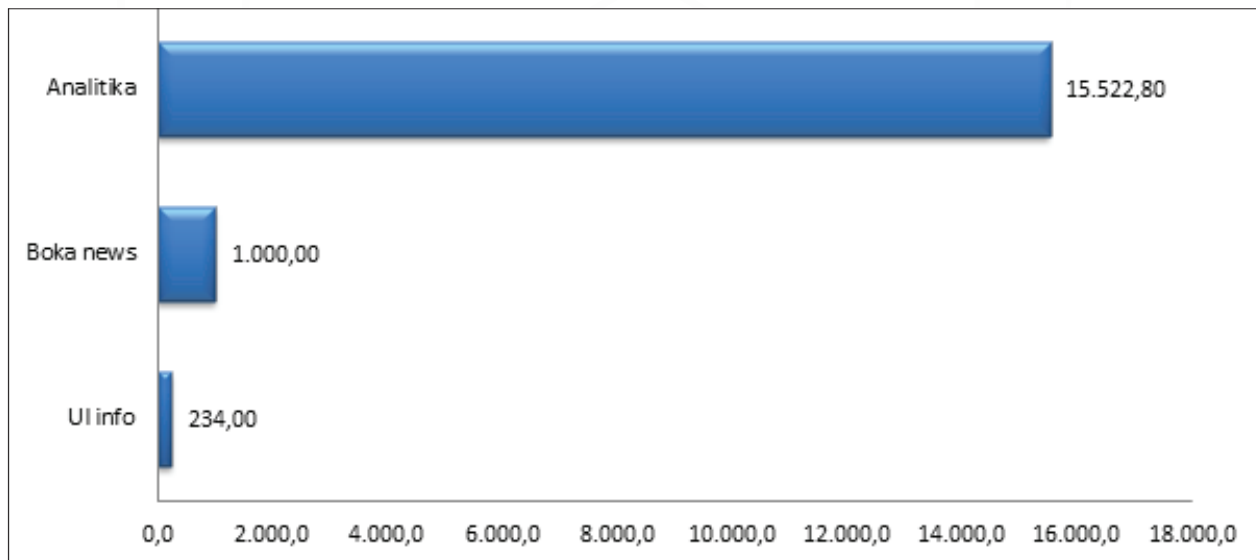
Grafik 60: struktura radio stanica u koje su opštine ulagale sredstva u EUR



Grafik 61: struktura radio stanica u koje su opštine ulagale sredstva u procentualnim iznosima

Novci izdvojeni za finansiranje lokalnih radio stanica uplaćeni su od strane opština na čijoj teritoriji se emituje signal datog emitera. Opštine Kotor i Tivat uplatile su sredstva radio Anteni M, dok su radio Skala i Dux ukupan iznos dobile od strane opštine Kotor, radio Adriatic ukupan iznos prihodovao je od opštine Bijelo Polje.

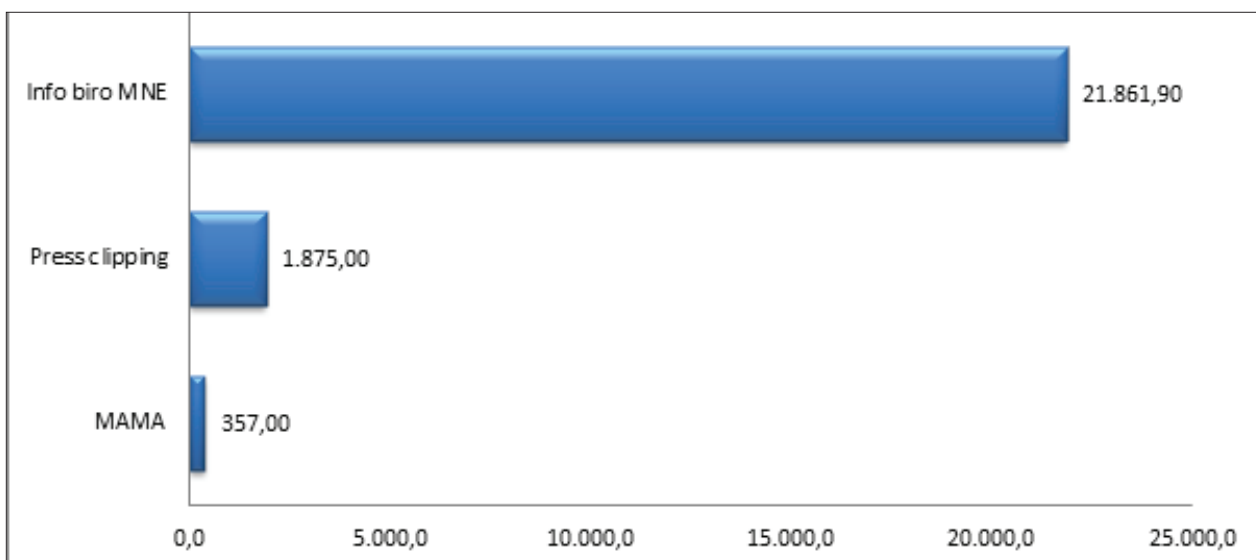
Za finansiranje portala od strane lokalnih samouprava ukupno je izvojeno **16.756,80 EUR**.



Grafik 62: uplate opština prema portalima u EU

U odnosu na portale, interesovanje opština izraženo kroz uplaćene iznose, iskazano je u najvećem procentu prema portalu Analitika, isto kao i 2013. i 2014. godine. Navedeni iznos uplaćen je od strane opština Bijelo Polje, Budva, Bar i Tivat.

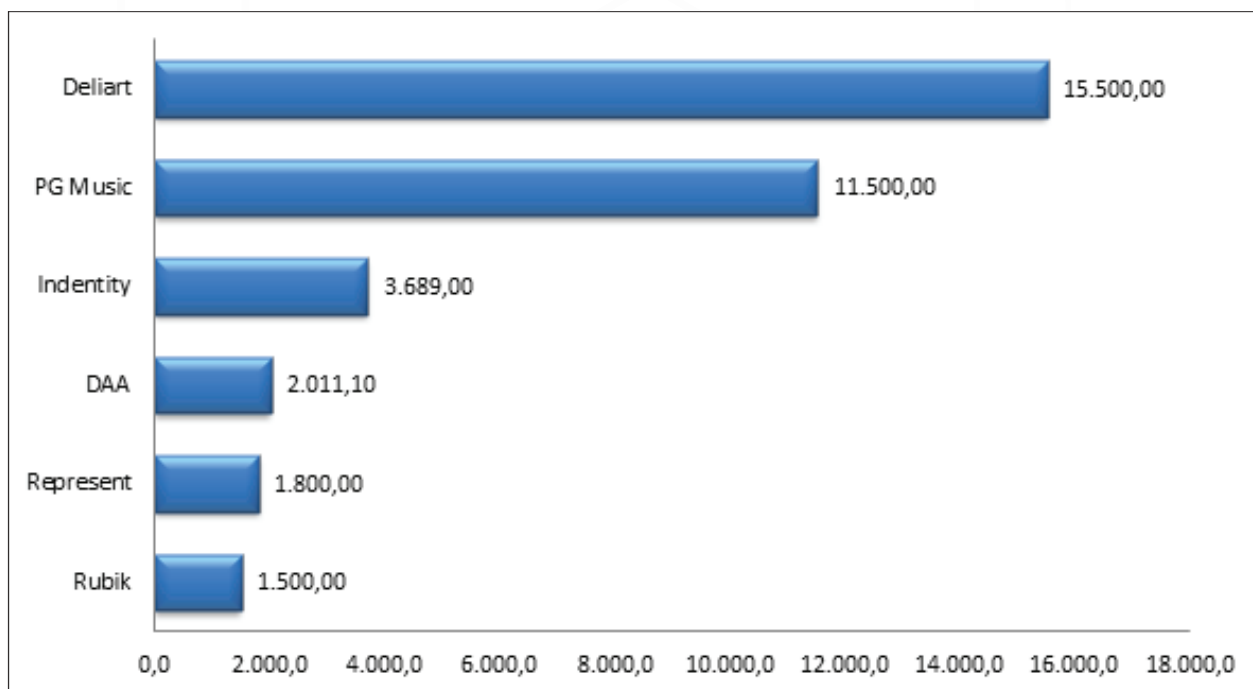
Ukupan iznos za informativne agencije i servise iz budžeta lokalnih samouprava bio je **24.003,90 EUR**.



Grafik 63: uplate opština prema informativnim agencijama i servisima u EU

Usluge Infobiroa koristile su opštine Bar, Budva, Tivat, Cetinje i Danilovgrad od kojih su uplaćena sredstva ovom servisu, dok je Prijestonica Cetinje uplatila ukupan iznos Pressclippingu.

Za usluge marketinških agencija i produkcijskih kuća, lokalne samouprave su platile **40.568,95 EUR.**



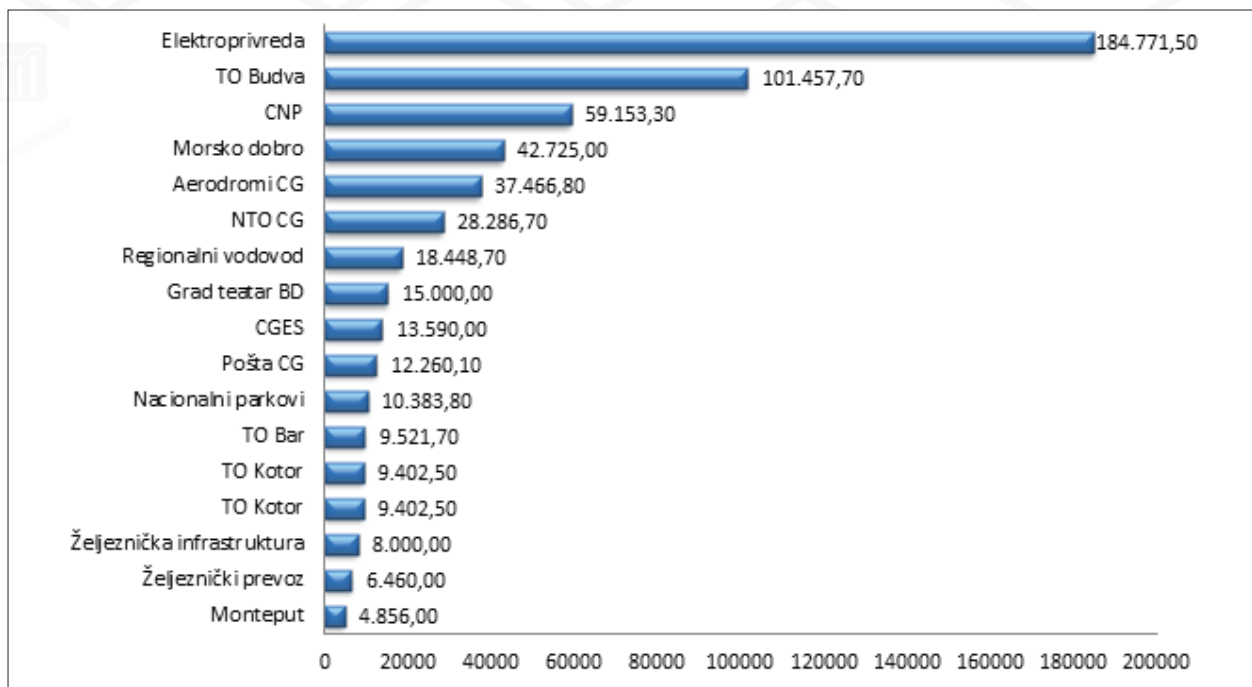
Grafik 64: uplate opština prema marketinškim agencijama i produkcijskima kućama

### **Javne ustanove i javna preduzeća**

Pod ovim pojmom podrazumijevaju se javne ustanove i privredna društva u kojima država ili opštine imaju većinski vlasnički udio. Istraživanje CGO-a obuhvatilo je 214 takvih subjekata.<sup>39</sup> Od tog broja, na zahtjev upućen po Zakonu o slobodnom pristupu informacijama, pozitivno je odgovorilo 122 ili 57 %. Sa druge strane, 92 javne institucije i preduzeća nijesu odgovorili na dostavljeni dopis i pored napora istraživačkog tima CGO-a koji je u toku višemjesečnog prikupljanja podataka kontinuirano kontaktirao sve ove ustanove i preduzeća.

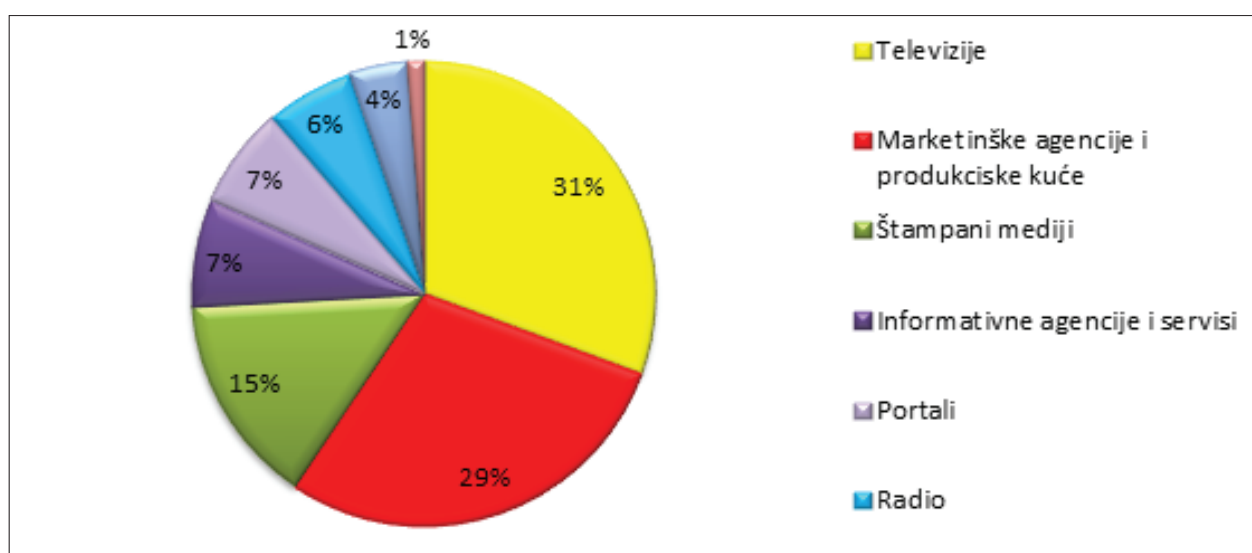
Predmet dalje obrade biće samo one javne ustanove i preduzeća koji su dostavili tražene podatke, a imali su izdatke prema medijima, marketinškim agencijama, agencijama za odnose sa javnošću, agencijama za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskim kućama po osnovu usluga po ugovoru, specijaliziranih usluga ili su im po bilo kojem drugom osnovu uplaćena sredstva u toku 2015. godine. Takvih javnih ustanova i preduzeća je **57**, a ukupni izdaci po navedenim osnovima su **660.831,95 EUR.**

39 U prilogu se može naći spisak svih javnih ustanova i preduzeća koja su bila predmet istraživanja, kao i lista onih koji su pozitivno ili negativno odgovorili.



Grafik 65: izdaci obrađenih javnih ustanova i preduzeća<sup>40</sup>

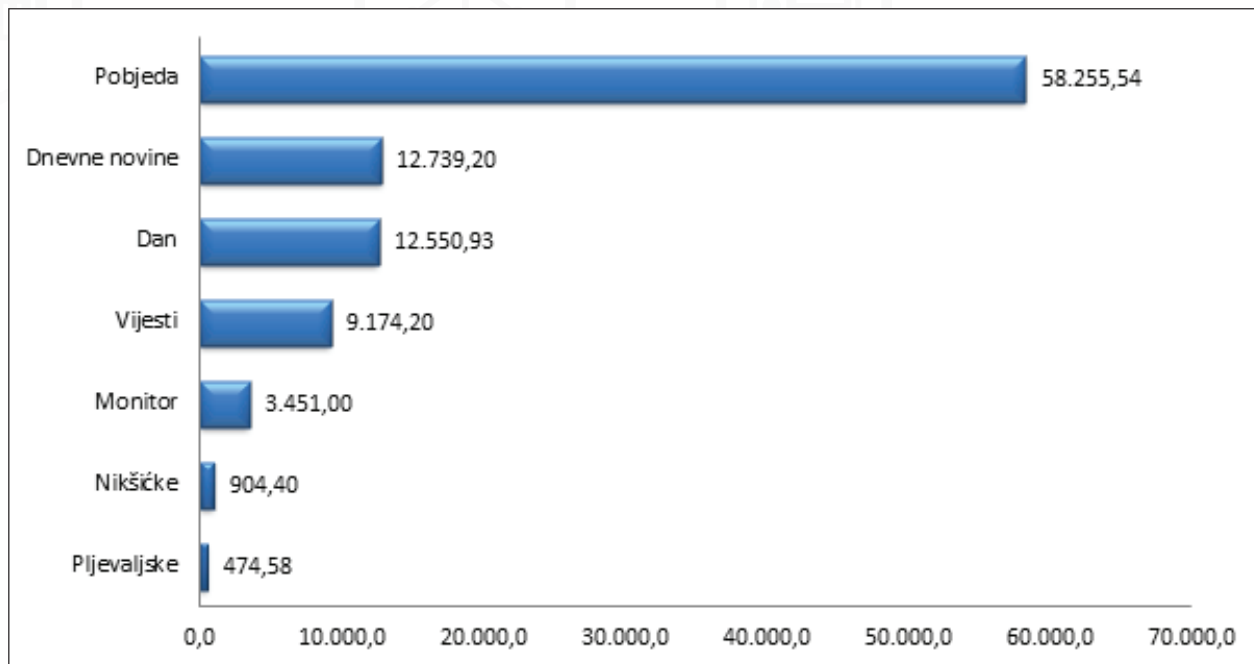
Od ukupnog iznosa, za štampane medije izdvojeno je **97.549,85 EUR (14,8%)**, TV **202.267,13 EUR (30,6%)**, radio stanice **40.179,25 EUR (6,1%)**, portale **47.119,00 EUR (7,1%)**, informativne agencije i servise **48.989,87 EUR (7,4%)**, dok je za marketinške agencije i produkcijske kuće izdvojeno **190.180,38 EUR (28,8%)**. Razlika do punog iznosa uočava se kod izdvojenih sredstava za regionalne medije u iznosu od 26.707,37 EUR i za angažovanje agencije za istraživanje javnog mjenja u iznosu od 7.839,10 EUR.



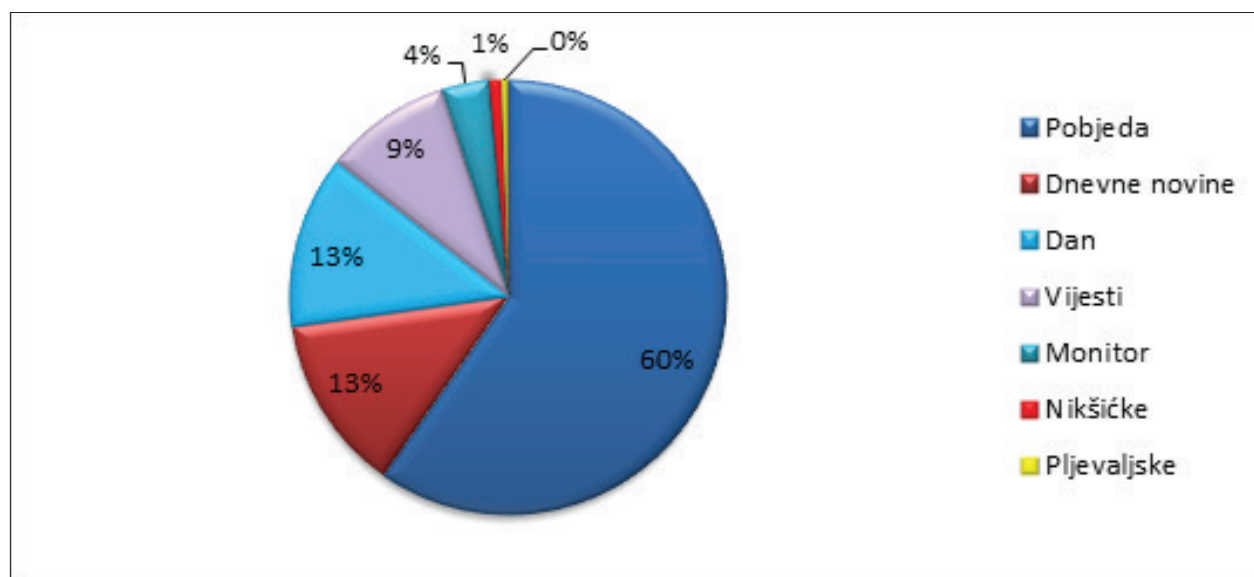
Grafik 66: struktura izdataka obrađenih javnih ustanova i preduzeća

40 Zbog obima, predmet grafičkog prikaza su samo one javne ustanove i preduzeća čiji je iznos na godišnjem nivou iznosio više od 3000 EUR

Ukupan iznos sredstava koja su izdvojena za štampane medije je **97.549,85 EUR**.



Grafik 67: struktura štampanih medija koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u EUR



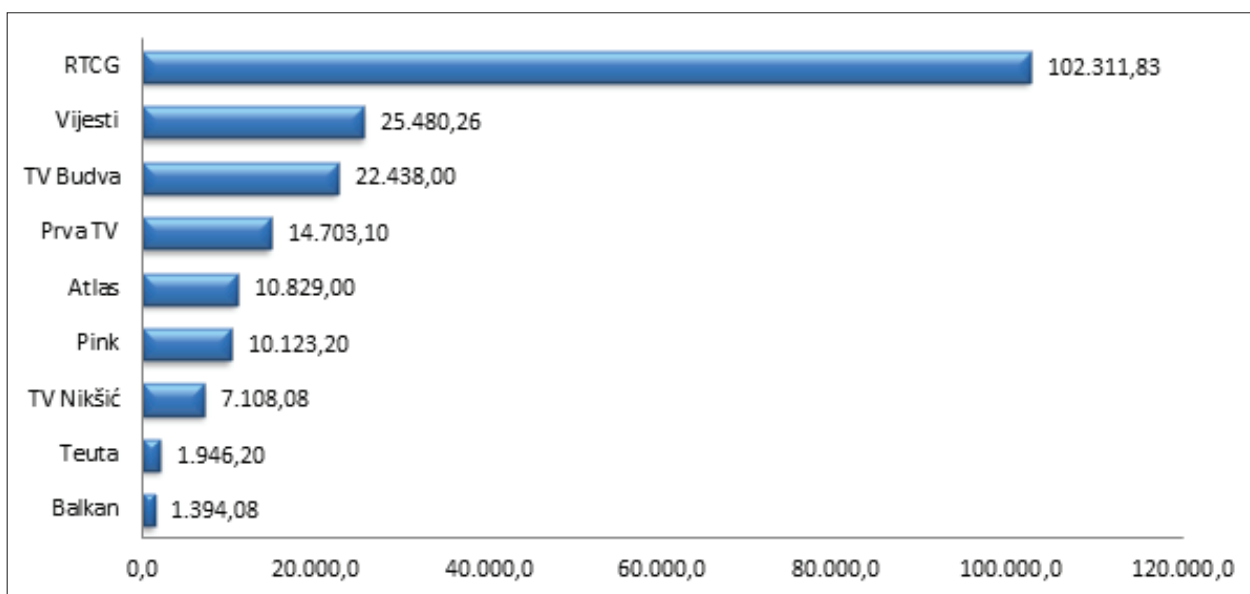
Grafik 68: struktura štampanih medija koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u procentualnim iznosima

Zbog značajne razlike u iznosima, treba istaći da su Vijesti, Monitor, Pljevaljske i Nikšičke novine cjelokupan iznos novca prihodovala od Elektroprivrede. Pobjeda je imala uplate od više subjekata, preciznije njih 28. Neki od njih su: JP Nacionalni parkovi 10.383,8 EUR, Aerodromi Crne Gore 7.910,00 EUR, JP Regionalni vodovod 5.988,70 EUR, JP Morsko dobro 4.095,00 EUR, Željeznički prevoz 4.760,00 EUR,

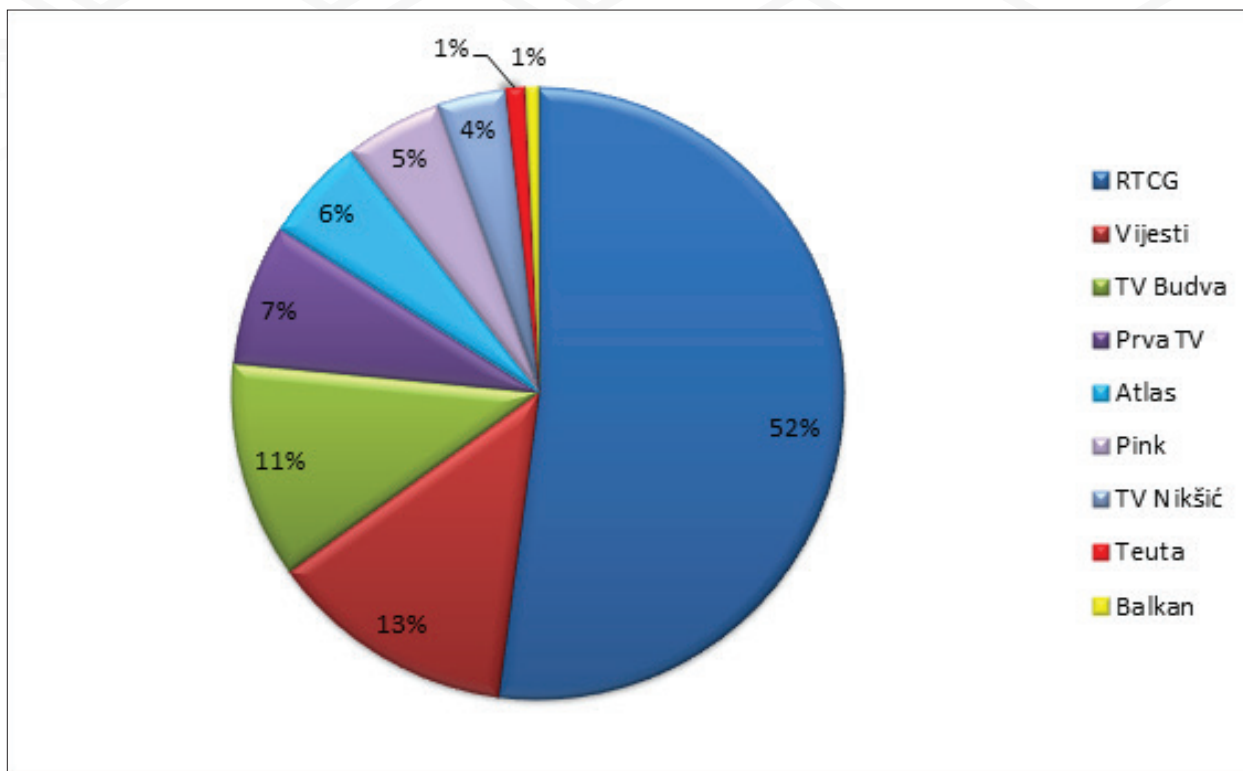
Monteput 2.273,00 EUR, TO Bar 2.297,11 EUR, Institut za javno zdravlje 1.130,50 EUR, CES 1.000,00 EUR. Uplate ostalih subjekata bile su ispod 1000 EUR te zbog brojnosti neće biti posebno navođene.

Kad su u pitanju uplate dnevnom listu Dan, najveći procenat uplaćen je, takođe, od strane Elektroprivrede 7.234,90 EUR, dok je razlika do punog iznosa uplaćena od strane JKP Cetinje 5.035,45 EUR i dva manja iznosa ispod 100 EUR. Slična je situacija i sa Dnevnom novinama, kojima je Elektroprivreda Crne Gore uplatila 8.139,60 EUR, kao i Direkcija za uređenje i izgradnju Kotora 3.998,40 EUR. Razlika do punog iznosa odnosi se na subjekte čiji uplate su bile značajno niže, pa neće biti zasebno navođene.

Kad je u pitanju finansiranje televizijskih stanica od strane javnih ustanova i preduzeća, ukupan iznos uplaćenih sredstava je **202.267,13 EUR.**



Grafik 69: struktura TV koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u EUR



Grafik 70: struktura TV koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u procentualnim

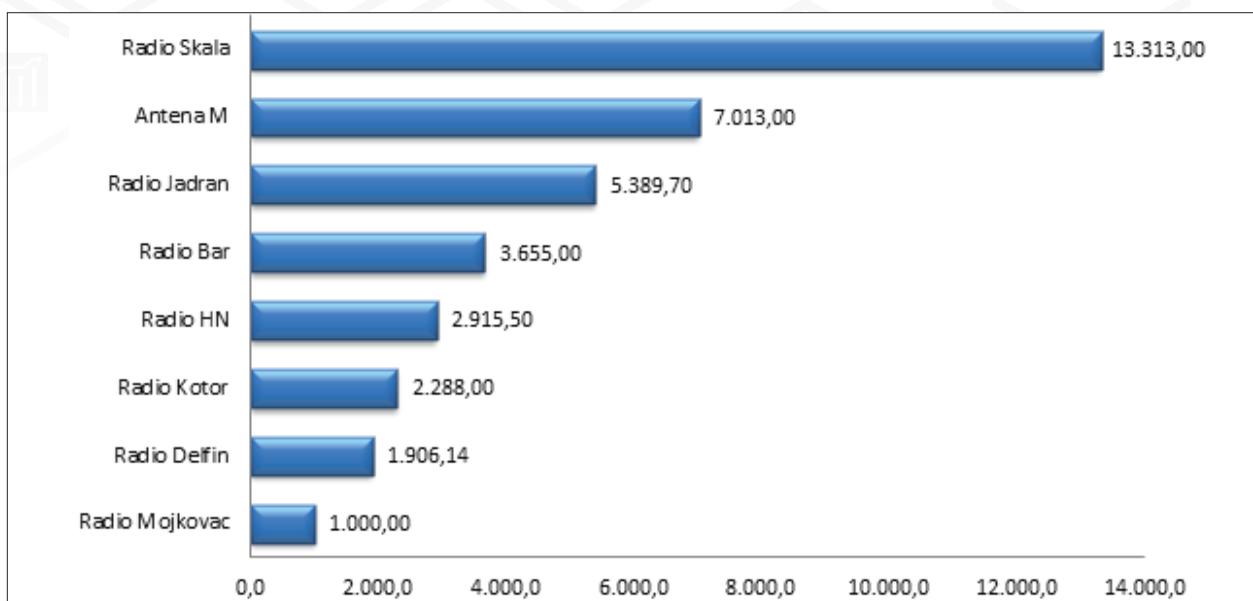
Najveći dio ukupnog iznosa izdvojenog za TV, više od 45% uplaćen je iz Elektroprivrede - ukupno 91.740,88 EUR. Raspodjela ovog novca je uravnotežena u odnosu na subjekte, te su sve TV dobile određeni iznos sredstava. Pored uplate Elektroprivrede u iznosu od 36.178, 90 EUR, RTCG je prihodovala od sljedećih uplata: Crnogorsko narodno pozorište 44.569,80 EUR, JP Morsko dobro 5.950,00 EUR, NTO 5.000,00 EUR, TO Bar 3.475,75 EUR, Aerodromi CG 2.546,00 EUR, JU «Ljubović» 2.500,00 EUR. Uplate ostalih subjekata bile su ispod 1.000 EUR te zbog brojnosti neće biti posebno navođene.

TV Vijesti su iznos od 25.480,26 EUR prihodovali od sljedećih javnih preduzeća i ustanova: Elektroprivreda Crne Gore (15.339,10 EUR), JP Morsko dobro (3.750.00 EUR), TO Budva (5.000,00 EUR) i TO Bar (1.571, 16 EUR).

Prva TV, Pink M i Atlas TV su označena sredstva prihodovali od Elektroprivrede i JU Morsko dobro. Slična je situacija i kod RTV Nikšić, TV Budva i TV Teuta, s tim da je prvi subjekt gotovo ukupan iznos prihodovala od Elektroprivrede, a TV Budva uplaćen je od strane JP Morsko dobro i JP Parking servis Budva, dok je TV Teuta imala uplate od oba subjekta.

Od strane javnih ustanova i preduzeća, radio stanicama je uplaćeno ukupno **40.179,25 EUR.**



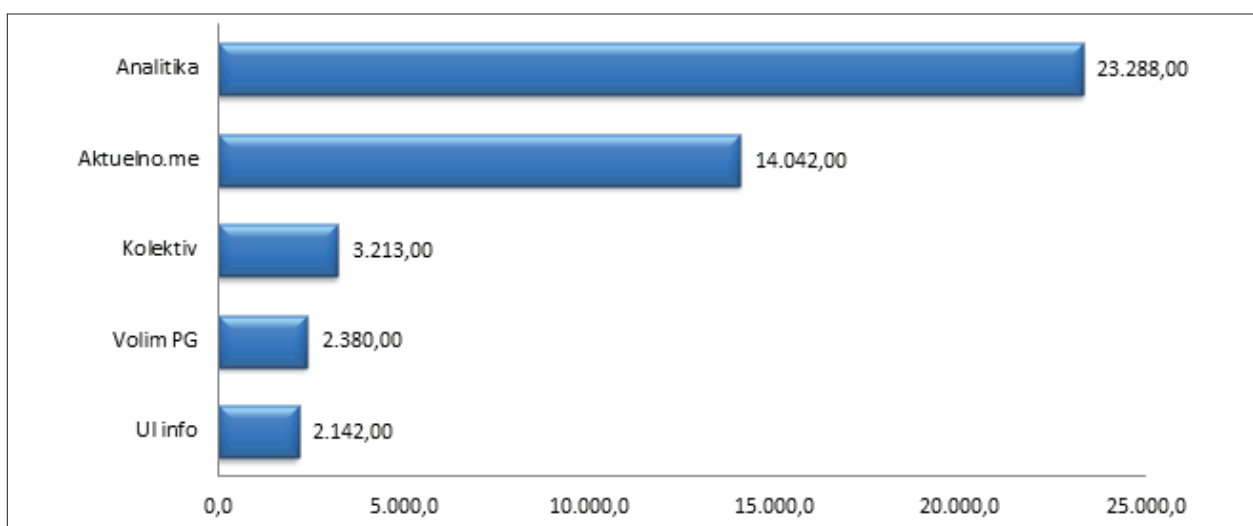


Grafik 71: struktura radio stanica koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u EUR

Razlika između ukupnog iznosa i zbira u tabeli javlja se jer nijesu navedene radio stanice kojima je uplaćen iznos manji od 1.000 EUR.

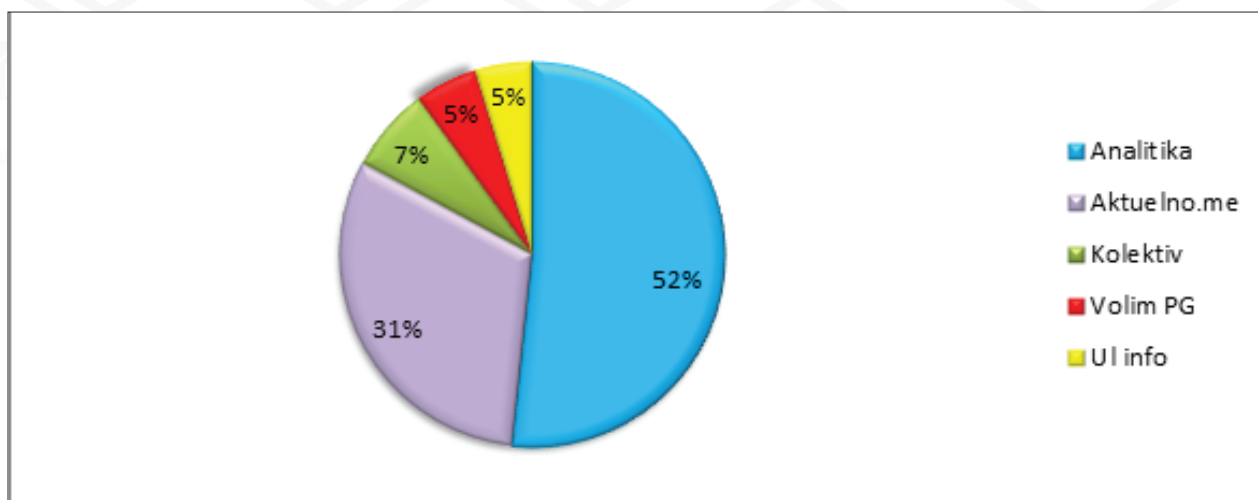
I kod ove vrste medija, najveći dio prihoda uplaćen je od strane Elektroprivrede Crne Gore. Tako je Antena M dobila 3.213,00 EUR, Radio Skala 2.975,00 EUR dok su ostale radio stanice imale uplate manje od 1.000,00 EUR. Antena M imala je uplatu i od Aerodromi Crne Gore, u iznosu od 2.800,00 EUR. Radio Skala dodatno je prihodovala 3.150,00 EUR od Aerodromi Crne Gore, 3.900,00 EUR, od TO Kotor, od JP Vodovod Kotor 1.428,00 EUR i 1.000,00 EUR od JP Regionalni vodovod. Ostale radio stanice imale su i manje uplate od strane više različitih javnih ustanova i preduzeća.

Ukupan iznos sredstava koja su izdvojena za portale je **47.119,00 EUR**.



Grafik 72: struktura portala koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u EUR<sup>41</sup>

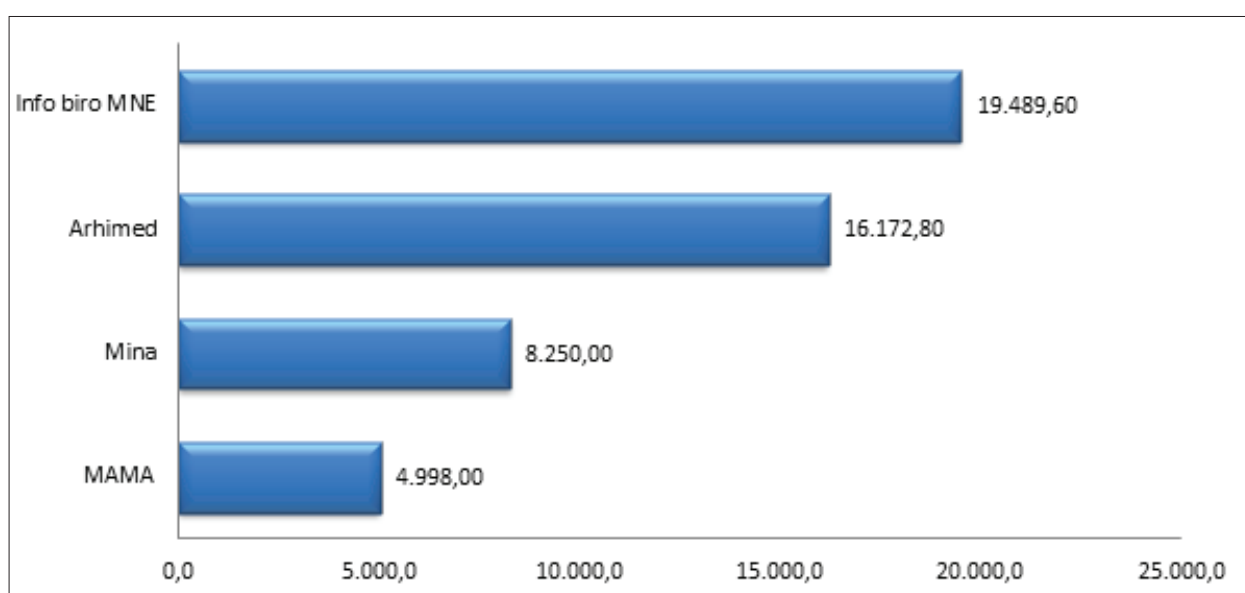
41 Obradeni su samo oni subjekti koji su prihodovali iznose veće od 2000 EUR



Grafik 73: struktura portala koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u procentualnim iznosima.

Većina uplata za crnogorske portale došla je od strane Elektroprivrede Crne Gore - 30.523,00 EUR ili 65%. Prva na listi po visini uplata je Analitika koja je najveći dio prihoda dobila od Elektroprivrede Crne Gore, odnosno 8.092,00 EUR, zatim od Aerodroma Crne Gore 5.698,00, Pošte Crne Gore 4.998,00 EUR, JP Morsko dobro 2.000,00 EUR, TO Budva 1.500,00 EUR, uz druge manje iznose. Zatim, ukupan iznos za portale Aktuelno.me, Volim Podgoricu, Kolektiv i UL Info uplaćen je od strane Elektroprivrede Crne Gore.

Informativnim agencijama i servisima javne ustanove i preduzeća u 2015. godini su uplatila **48.989,87 EUR**.

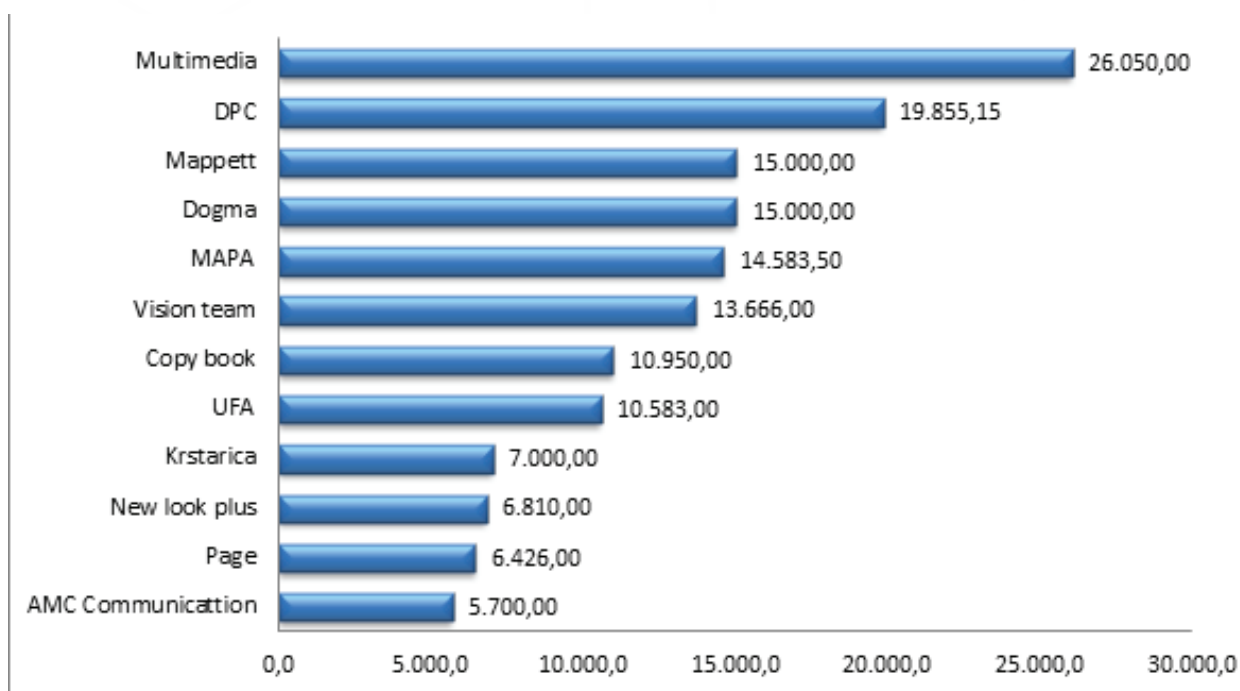


Grafik 74: struktura portala koji su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u EUR<sup>42</sup>

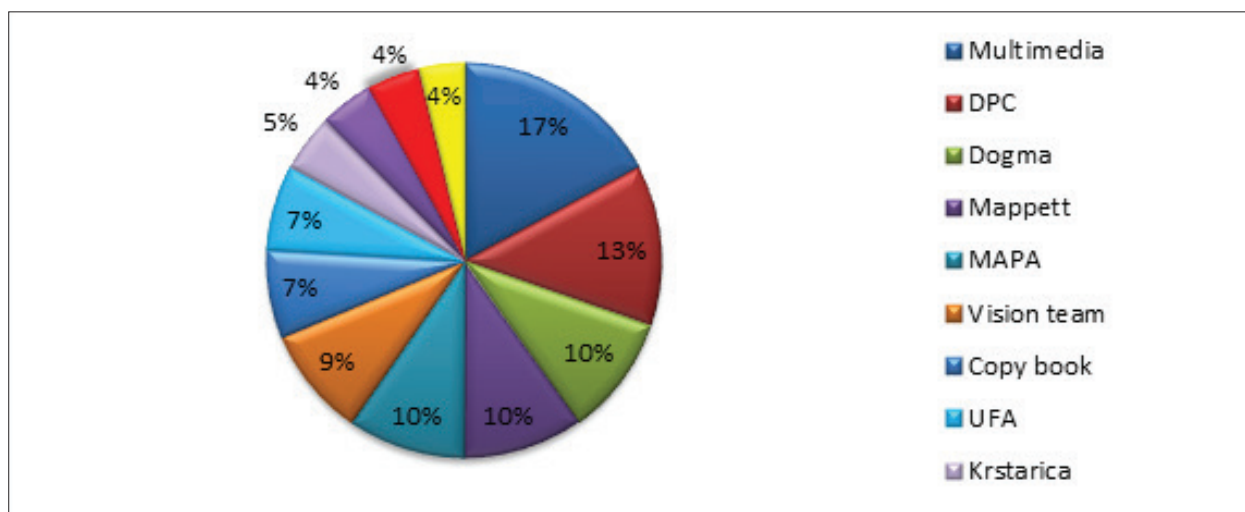
42 Obradeni su samo oni subjekti koji su prihodovali iznose veće od 2000 EUR

Kako su informativne agencije i servisi prihodovali sredstva od većeg broja javnih preduzeća i ustanova, uglavnom u manjim iznosima, nisu pojedinačno navedeni subjekti koji su vršili uplate, kao ni uporedni prikaz prema kojoj agenciji ili servisu.

Ukupan iznos uplaćen marketinškim agencijama i produkcijским kućama, od strane javnih ustanova i preduzeća u 2015. godini je **190.180,38 EUR**. Slijedi struktura troškova, pri čemu tabelarni prikaz obuhvata samo one subjekte kojima je uplaćen iznos veći od 5.000 EUR.




Grafik 75: struktura marketinških agencija i produkcijских kuća koje su prihodovali od obrađenih javnih ustanova i preduzeća u EUR iznosima



Grafik 76: struktura marketinških agencija i produkcijских kuća koje su prihodovali od strane obrađenih javnih ustanova i preduzeća u procentualnim iznosima

Među najvećim potrošačima koji su dio svojih budžeta izdvojili za marketinške agencije i produkcijске kuće su Nacionalna turistička organizacije Crne Gore (NTO)



---

i Turistička organizacija Budva (TO). Kod NTO Crne Gore primjetno je značajno smanjenje izdvajanja u odnosu na prethodne godine, i to za više od 50% sredstava, dok je TO Budva, u toku 2015.godine, sa ukupno izdvojenih 65.507,50 EUR najveći potrošač u ovom dijelu. TO Budva je za Multimedia group izdvojila 26.050,00 EUR, Vision team 13.666,00 EUR, Krstaricu d.o.o 7.000,00 EUR, New Look Plus 6.270,00 EUR, AMC Communications 5.700,00 EUR. Crnogorsko narodno pozorište (CNP) je uplatio ukupan iznos MAPA agenciji. Željeznička infrastruktura Crne Gore i JP Morsko dobro uplatili su cjelokupan iznos agenciji UFA Media.

Pošta Crne Gore uplatila je agenciji Represent communication 3.320,00 EUR i Media solution 2.142,00 EUR. Takođe, ukupan iznos uplaćen Mappett produkciji došao je od strane JU "Grad teatar", Budva, dok je ukupan iznos Dogma studiu od 15.000,00 EUR uplaćen od strane Aerodroma Crne Gore. Ostali iznosi su ispod 3.000 EUR i uplaćivani su različitim pravnim licima od strane više javnih ustanova i preduzeća.

U okviru kategorije regionalni mediji ukupno je potrošeno **26.707,37 EUR**. Najveći dio ovog iznosa uplaćen je iz TO Budva, preciznije 23.300,00 EUR različitim subjektima u regionu.

### **Centralna banka Crne Gore**

Centralna banka Crne Gore je imala ukupna izdvajanja u iznosu od 13.300,90 EUR, pri čemu je za pružanje usluga izdvojeno 8.300,90 EUR dok je po osnovu odobravanja finansijske pomoći pojedinim medijima uplaćeno 5.000 EUR. Za usluge novac je uplaćen Arhimedu u iznosu od 5.997,60 EUR, MINI 1.500,00 EUR i RTCG-u 803,8 EUR.

Kad je u pitanju dodjela **finansijske pomoći** novac je uplaćen sljedećim subjektima: Pobjeda 3.000,00 EUR, Antena M 1.000,00 i portal Analitika 1.000,00. Kako je navedeno u samoj odluci Centralne banke Crne Gore, koju potpisuje guverner Milojica Dakić, novac se odobrava «na ime finansijske pomoći za pokriće dijela troškova za nastavak i razvitak medijske funkcije». Odluka je donijeta na osnovu člana 45. i 65. Zakona o Centralnoj banci Crne Gore. Član 45 ovog Zakona propisuje prava i obaveze guvernera, dok član.65 reguliše pitanja imovine Centralne banke<sup>43</sup>. U ovim članovima ne može se pronaći osnov za donošenje odluke o finansijskoj pomoći bilo kojem mediju u Crnoj Gori, pa je jasno da se radi o diskrecionoj odluci rukovodioca organa ili institucije.

CGO je u prethodnim izvještajima jasno navodio, u zaključcima i preporukama, da treba precizno definisati pitanje dodjele finansijske pomoći medijima i onemogućiti praksu da se to, kao do sada, vrši na bazi diskrecione odluke. Mora postojati opravdan i svima jasan razlog za ovakvu odluku, uz precizno normativno rješenje, kako bi se izbjegle sve eventualne zloupotrebe.

### **Skupština Crne Gore**

Skupština Crne Gore je u toku 2015.godine imala najniža izdvajanja od 2011. godine, odnosno od kad CGO sprovodi istraživanje. Ukupno utrošeni iznos sredstava za ove

---

43 Pogledati prilog 2. Dat je primjer jednog od četiri indentična ugovora.

potrebio bio je **14.706.15 EUR**. Od toga je za usluge informativne agencije MINA izdvojeno , 4.472,15 EUR a za informativni servis Arhimed 10.234,00 EUR.

### **Predsjednik Crne Gore**

Predsjednik Crne Gore je blagovremeno dostavio tražene podatke, navodeći kao jedini trošak iznos od 3.808,70 EUR koji je uplaćen servisu Info biro Montenegro.

### **Pravosuđe (sudovi i tužilaštva)**

Osim Vrhovnog državnog tužilaštva koje je imalo uplatu u iznosu od 1.750,00 EUR Press clippingu, ostali organi nijesu imali izdataka u ovoj oblasti, a na poslate dopise odgovorili su u zakonskom roku.

### **Zaštitnik ljudskih prava i sloboda**

Zaštitnik ljudskih prava i sloboda imao je ukupan izdatak od 3.432,7 EUR koji je uplaćen marketinškoj agenciji Represent communication u iznosu od 2.546,60 EUR, Pobjedi 226 EUR i S press-u 660 EUR. Odgovor je stigao u zakonskom roku.

## ***Drugi javni fondovi iz kojih se finansiraju mediji u Crnoj Gori***

### **Fond Agencije za elektronske medije za pomoć komercijalnim radio emiterima**

Savjet Agencije je u toku 2015. godine dva puta raspisao konkurs za raspodjelu sredstava iz Fonda Agencije za pomoć komercijalnim radio emiterima i u dva navrata, u julu i decembru 2015.godine, i raspodijelio **260.000,00 EUR**.

Sredstva iz Fonda Agencije se raspodijeljuju po dva osnova, odnosno za *godišnji grant za podsticanje učešća sopstvene produkcije u ukupnoj programskoj strukturi i programski grantovi za povećanje obima, strukture i raznovrsnost ponude sadržaja posvećenih tematskim oblastima od javnog interesa*.

U okviru prvog konkursa raspodijeljeno je 130.000,00 EUR, odnosno za godišnje grantove 75.000,00, dok je za programske grantove ukupan iznos bio 55.000,00. U okviru drugog poziva, takođe je raspodijeljeno 130.000,00 EUR uz nešto veći iznos za godišnje grantove od 83.645,00 EUR, dok je za programske grantove oprijedijeljeno 46.355,00 EUR.

Ukupan broj komercijalnih radio stanica koje su podržane, kroz oba poziva, u toku 2015. godine bio je 51, od čega 20 onih koji su podržani kroz godišnje grantove i 31 komercijalna radio stanica podržana kroz programske grantove.

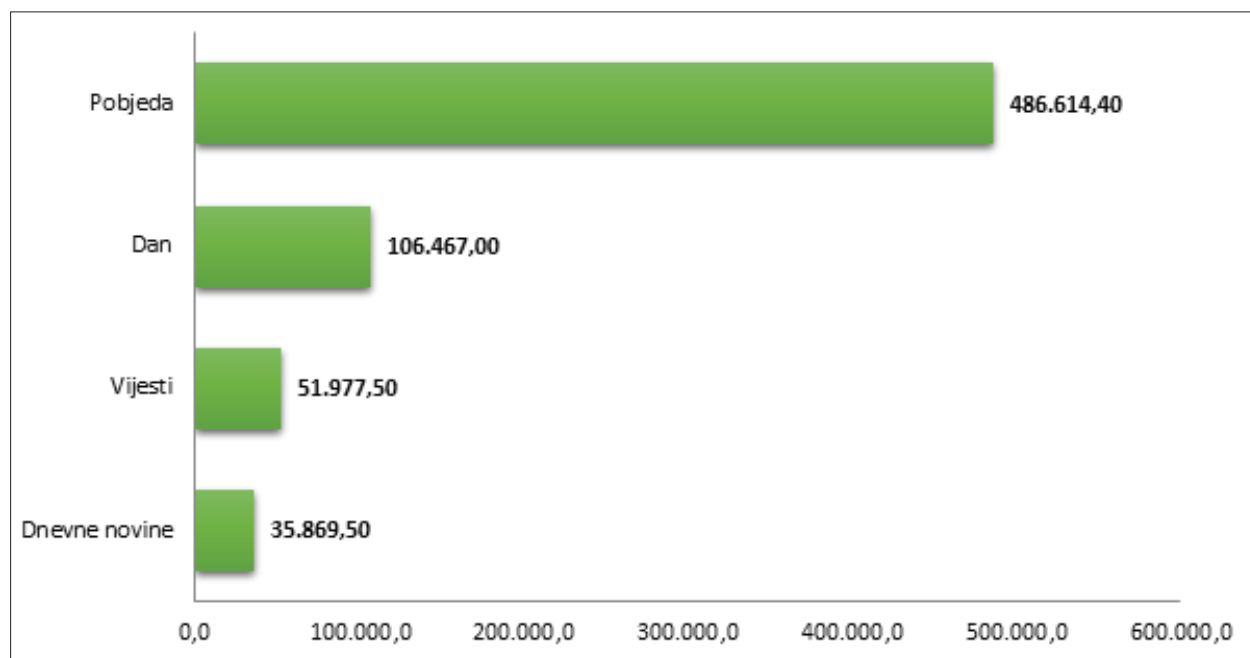
Naziv medija	Iznos dodjeljenih sredstava u julu 2015.	Iznos dodjeljenih sredstava u decembru 2015	Ukupan iznos dodjeljenih sredstava u toku 2015.godine
Antena M	34.654,00	33.363,00	68.017,00
Radio DRS	4.214,00	16.986,00	21.200,00
Radio Cool	5.528,00	9.465,00	14.993,00
Radio Skala	4.392,00	8.605,00	12.997,00
Radio Jadran	3.561,00	8.208,00	11.769,00
Radio Elita	2.839,00	2.567,00	5.406,00
Radio D+	4.727,00		4.727,00
Radio D	4.667,00		4.667,00
Adriatic radio		4.036,00	4.036,00
Radio Mojkovac	3.984,00		3.984,00
Radio Atlas	3.199,00		3.199,00
Romski radio	2.285,00		2.285,00
Star FM	951		951

Naziv medija	Iznos dodjeljenih sredstava u julu 2015.	Iznos dodjeljenih sredstava u decembru 2015	Ukupan iznos dodjeljenih sredstava u toku 2015.godine
Radio Cool	14.699,00	9.970,00	24.699,00
Radio DRS	6.536,00	14.234,00	20.770,00
Radio Zeta	6.858,00	2.344,00	9.202,00
Romski radio	7.521,00	758	8.279,00
Radio Petnjica		7.810,00	7.810,00
Radio Atlas	5.851,00		5.851,00
Radio D+	5.223,00		5.223,00
Radio Elita	2.825,00	1.319,00	4.144,00
Adriatic radio		4.000,00	4.000,00
Radio Krš	3.517,00		3.517,00
Skadar Lake		3.000,00	3.000,00
Glas Plava		3.000,00	3.000,00
Radio Mojkovac	2.269,00		2.269,00

# Uporedni podaci za 2013, 2014, i 2015. godinu

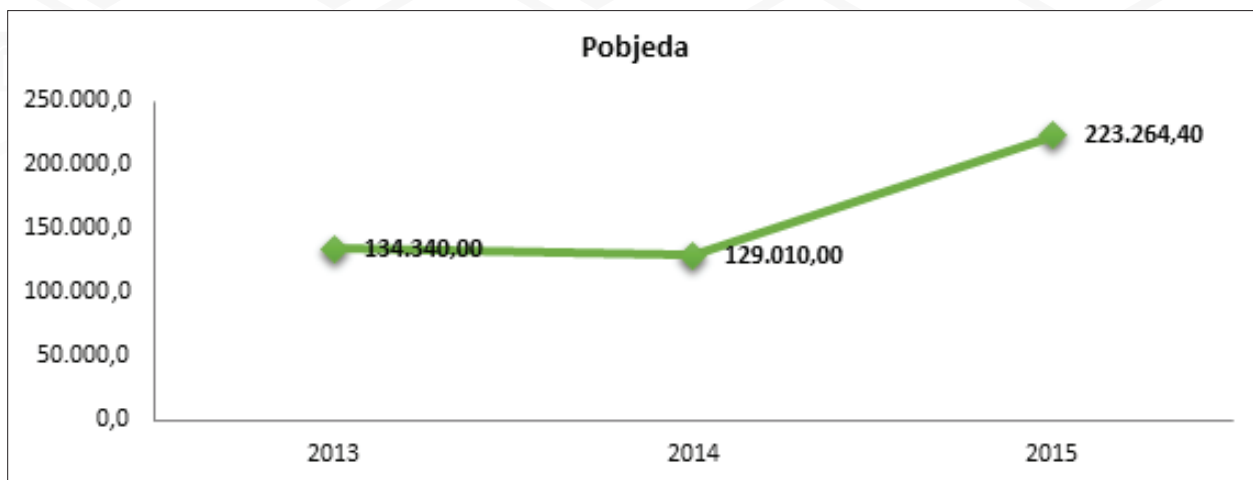
U protekle tri, po podacima koji su CGO-u dostupni, a koji su manji od realnih, ukupno je iz javnih fondova u ove svrhe utrošeno **6.041.027,20 EUR**.

## Štampani mediji

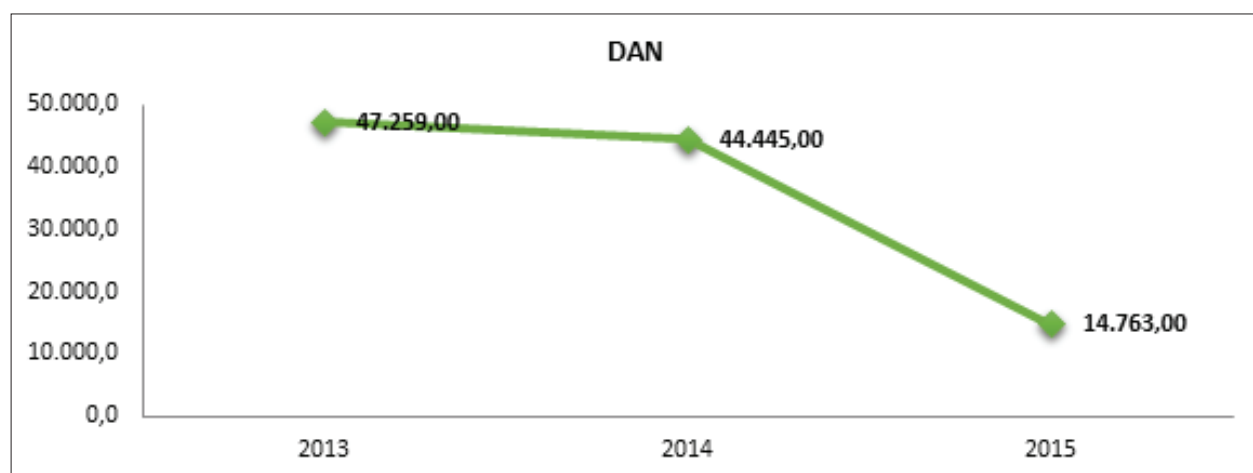


Grafik 77: presjek po najvećim pojedinačnim korisnicima sredstava u EUR, ukupno za 2013, 2014. i 2015.<sup>44</sup>

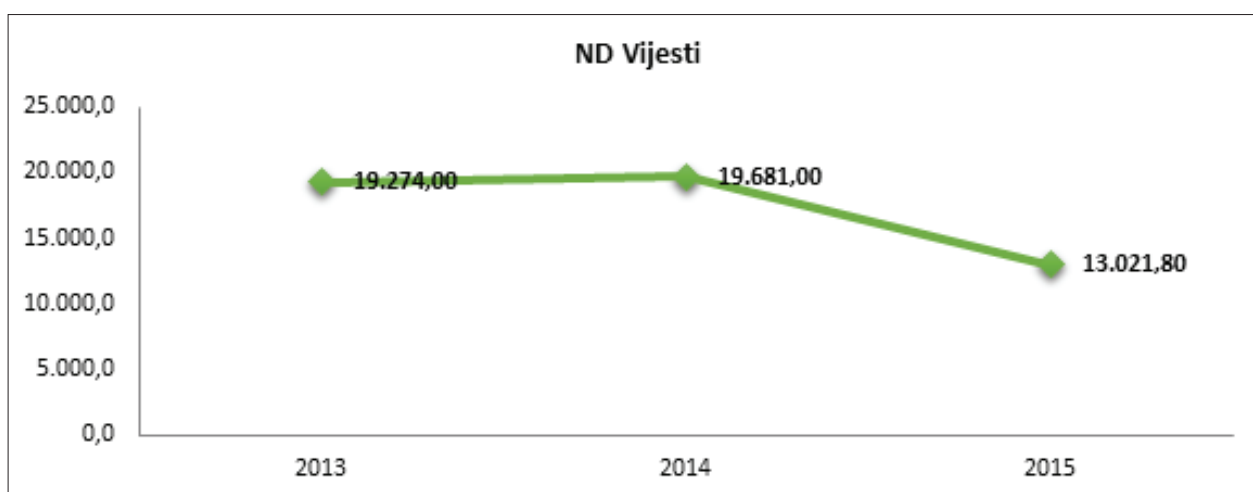
44 Ukupan iznos za Pobjedu je manji za 57.183,00 EUR koji je dodijeljen Pobjedi od strane Glavnog grada, a što je u prethodnom dijelu objašnjeno, a ne uključuje ni državnu pomoć koju je Pobjeda do privatizacije 14.10.2014.godine



Grafik 78: ukupni iznosi uplaćeni Pobjedi, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR<sup>45</sup>



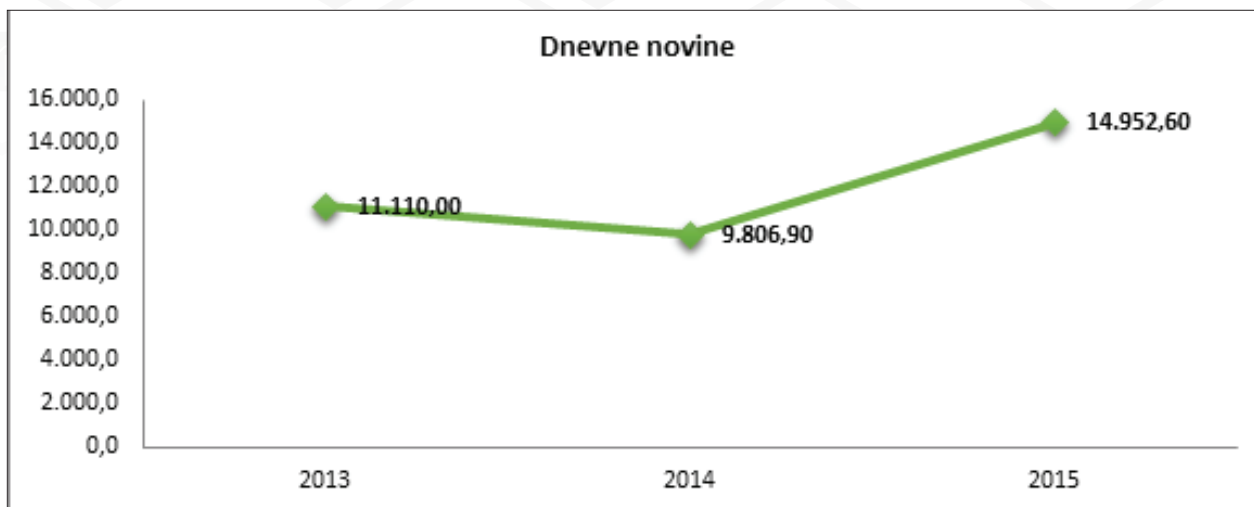
Grafik 79: ukupni iznosi uplaćeni Danu, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



Grafik 80: ukupni iznosi uplaćeni Vijestima, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR

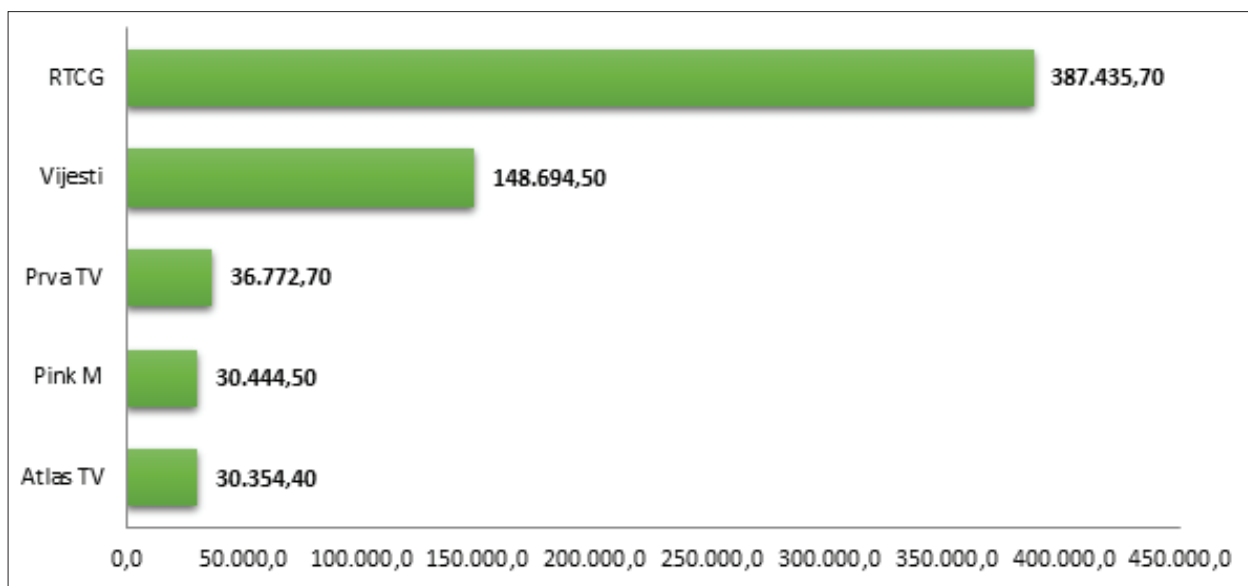
45 Sa uračunatim iznosom koji je Glavni grad Podgorica uplatio Pobjedi u toku 2015.godine.



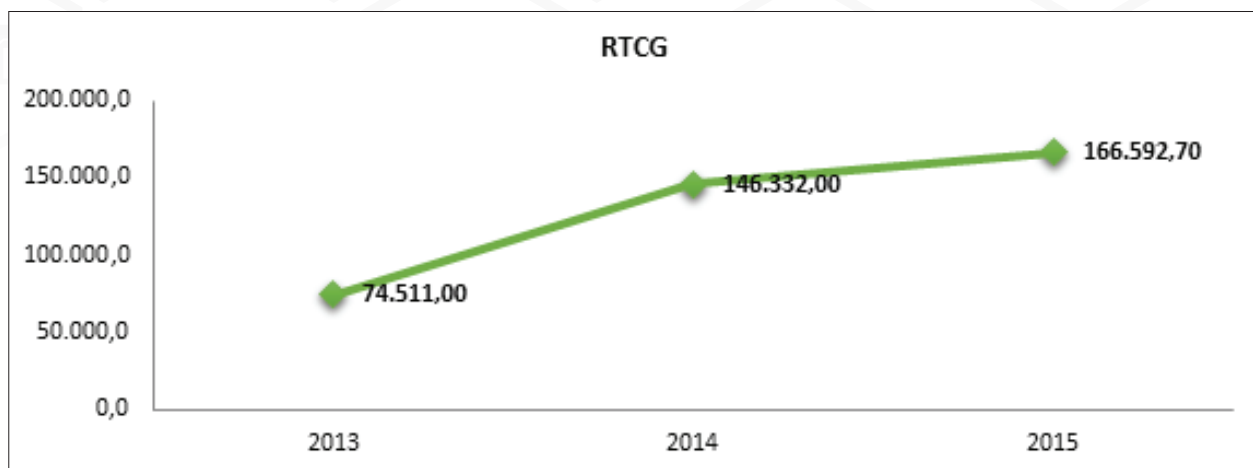


Grafik 81: ukupni iznosi uplaćeni Dnevnim novinama, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR

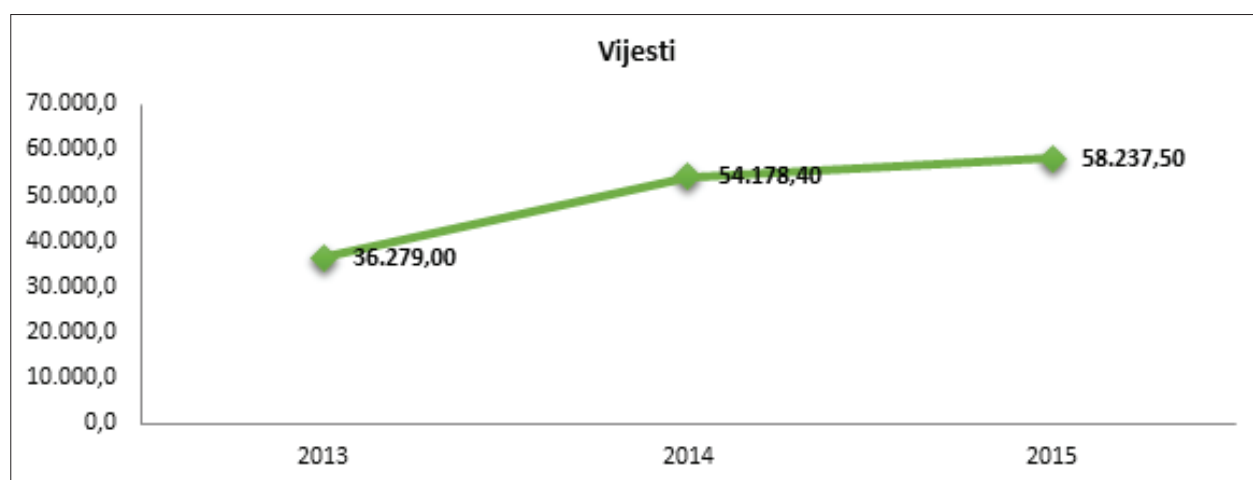
### Televizije



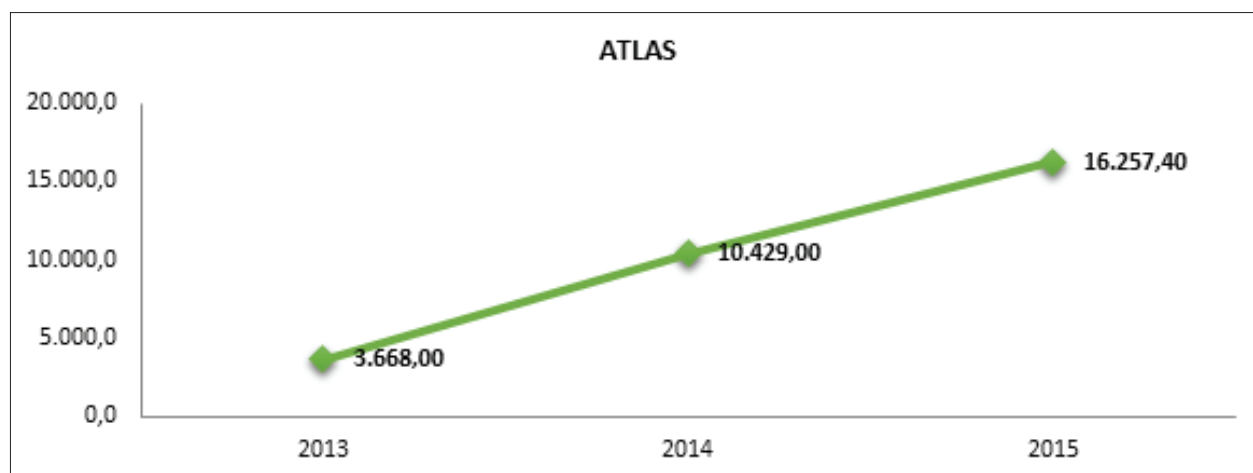
Grafik 82: presjek po najvećim pojedinačnim korisnicima sredstava u EUR, ukupno za 2013, 2014. i 2015.



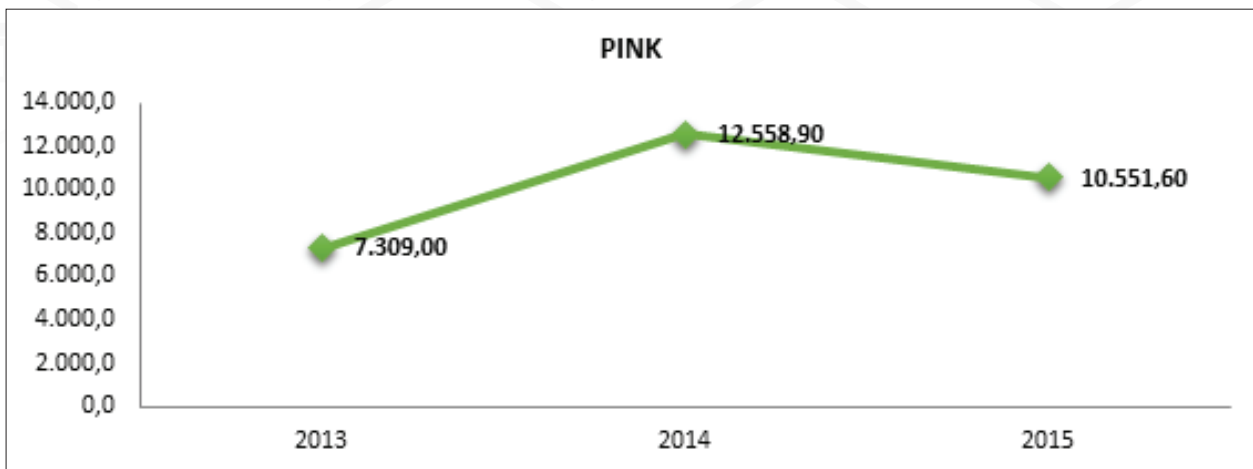
Grafik 83: iznosi uplaćeni RTCG, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



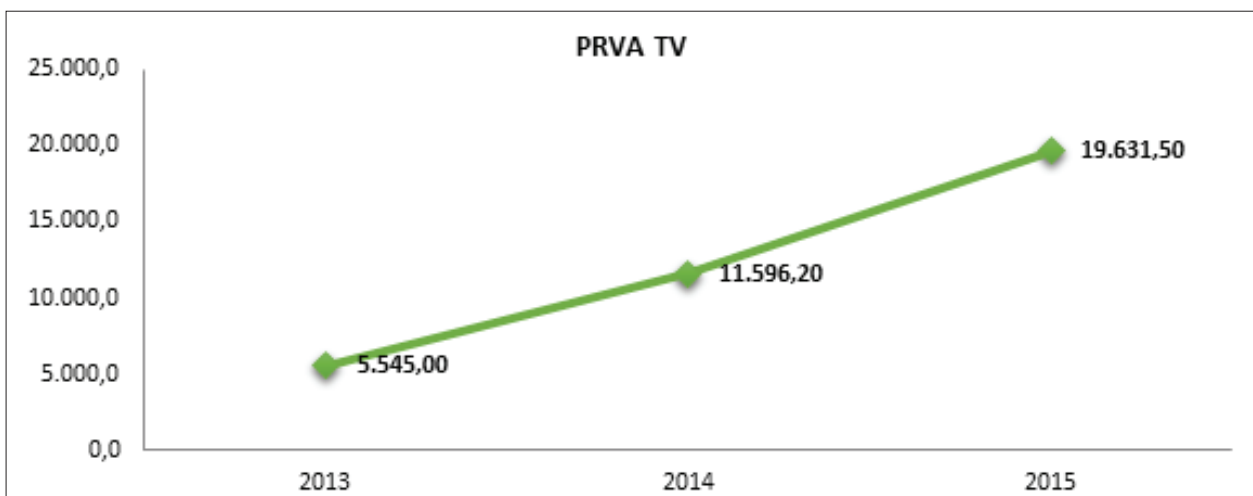
Grafik 84: iznosi uplaćeni TV Vijesti, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



Grafik 85: iznosi uplaćeni TV Atlas, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR

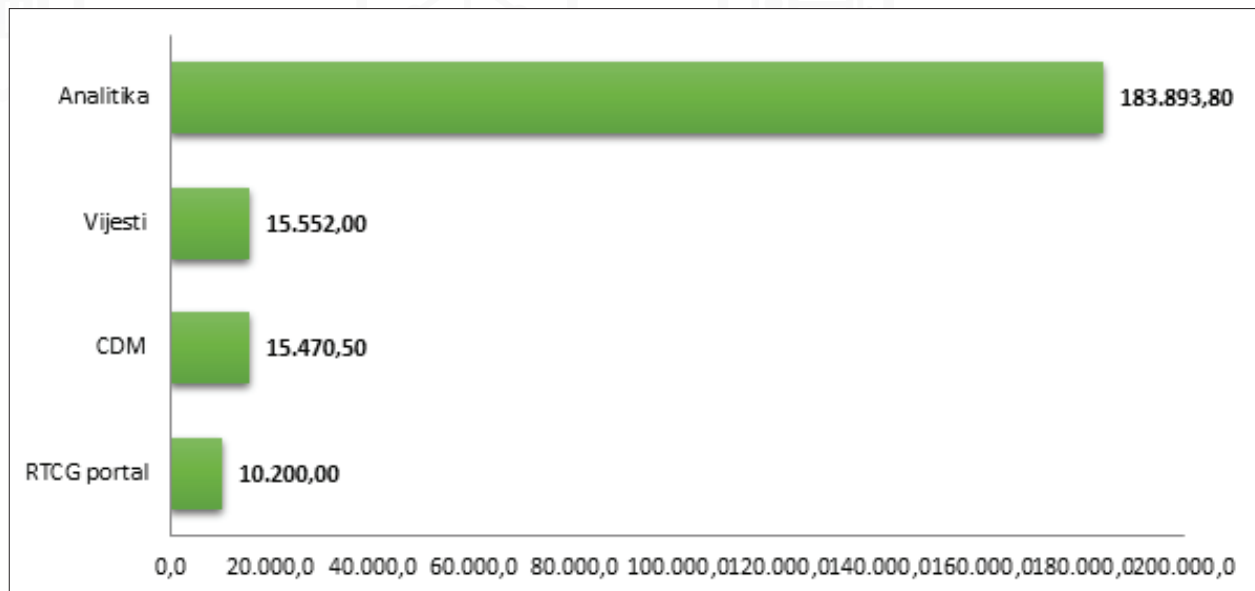


Grafik 86: iznosi uplaćeni TV Pink, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR

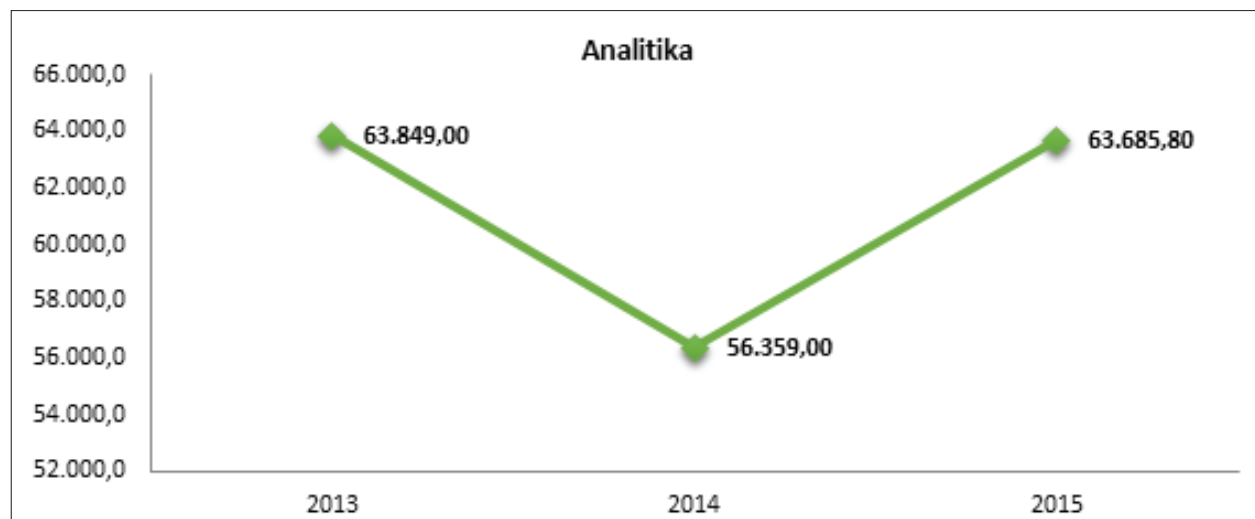


Grafik 87: iznosi uplaćeni TV Prva, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR

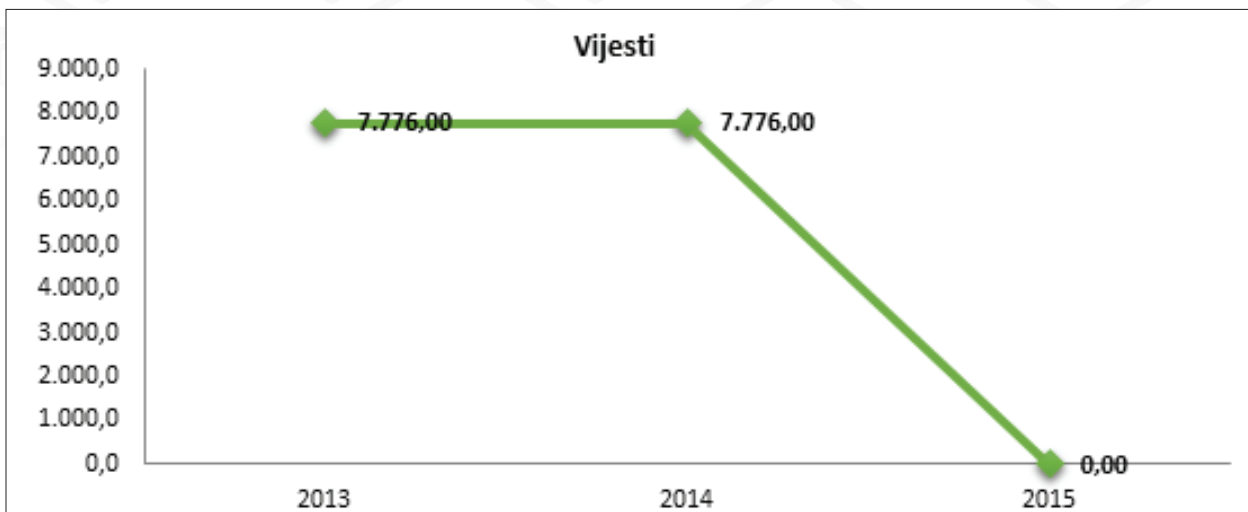
## Portali



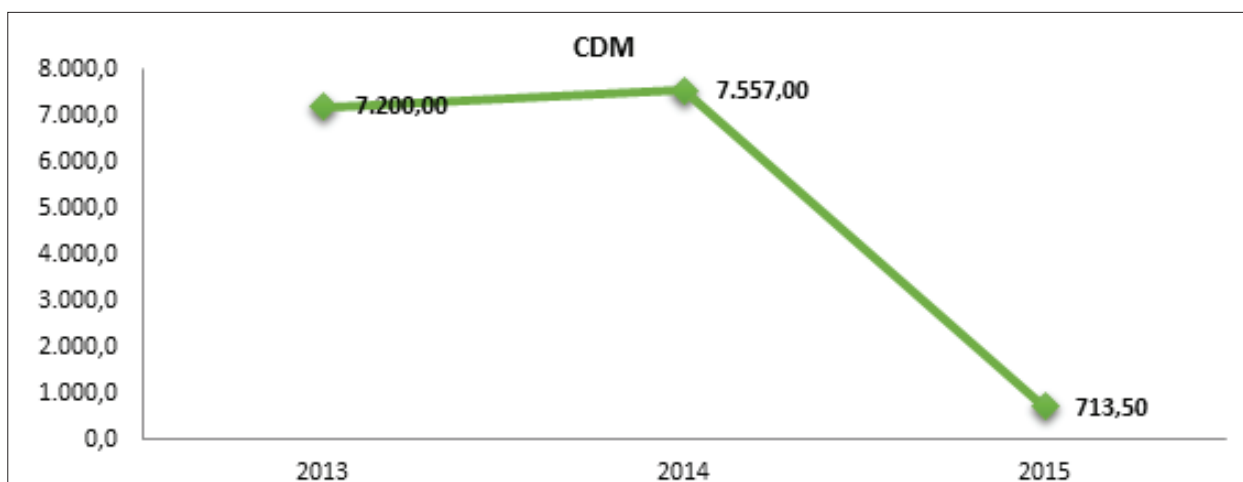
Grafik 88: presjek po najvećim pojedinačnim korisnicima sredstava u EUR, ukupno za 2013, 2014. i 2015.



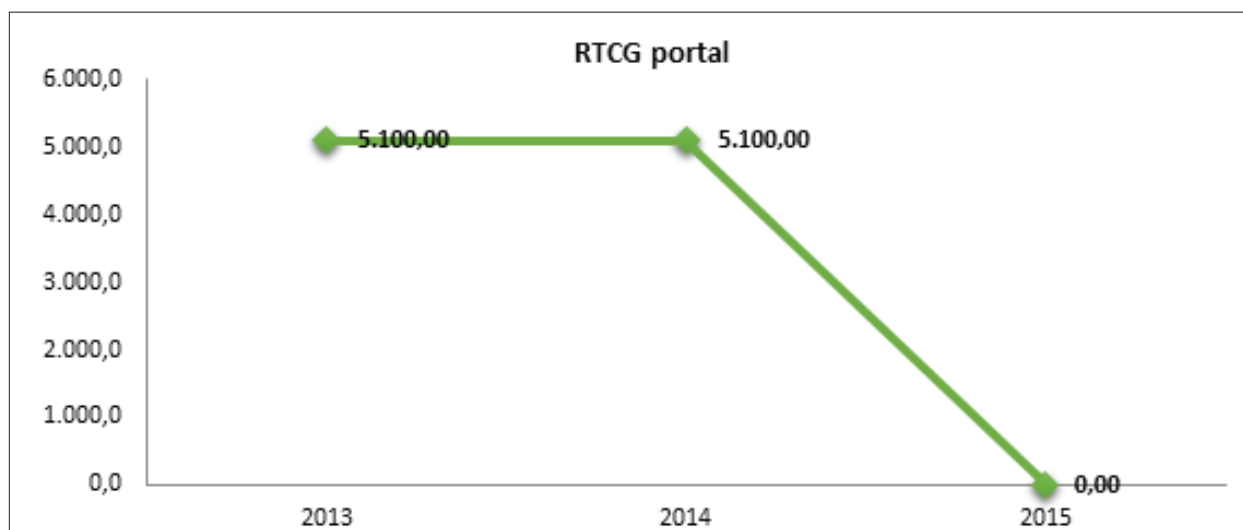
Grafik 89: iznosi uplaćeni portalu Analitika, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



Grafik 90: iznosi uplaćeni portalu Vijesti, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



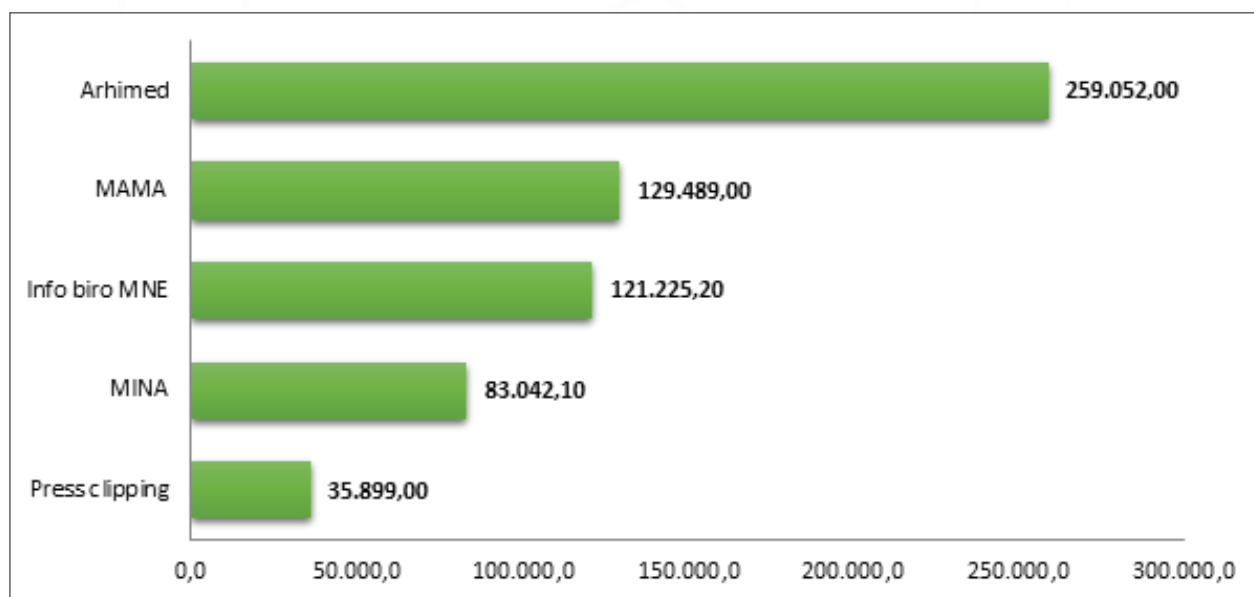
Grafik 91: iznosi uplaćeni portalu CDM, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



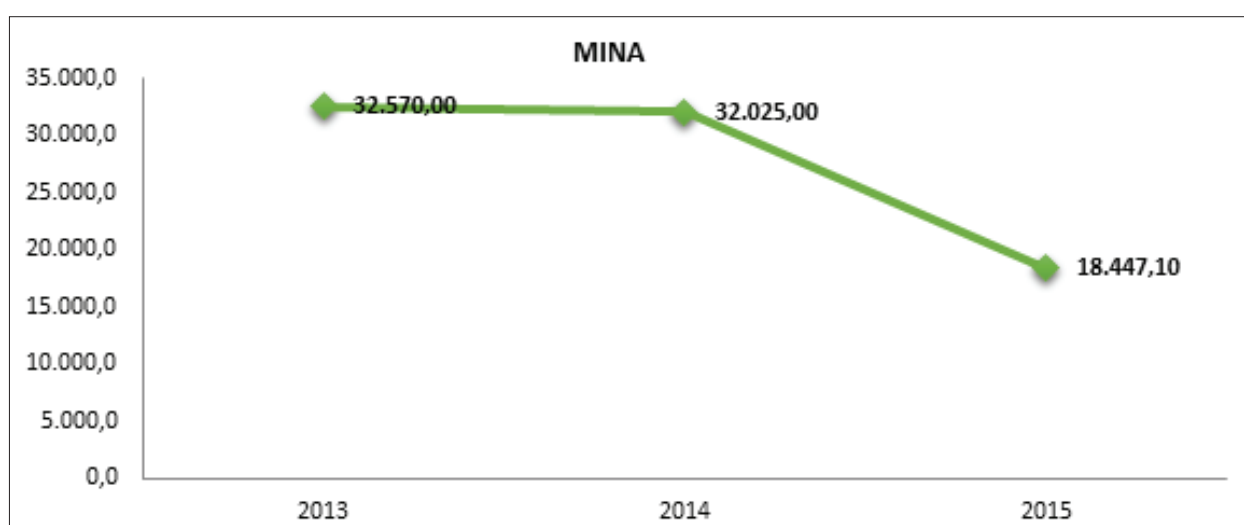
Grafik 92: iznosi uplaćeni portalu RTCG, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR

Organi javnog sektora ne prepoznaju značaj web foruma u Crnoj Gori, pa s portali dominantno imali uplate od Elektroprivrede Crne Gore, iz čega nastaje i značajno smanjenje u toku 2015.godine. Izuzetak od ovog pravila je portal Analitika.

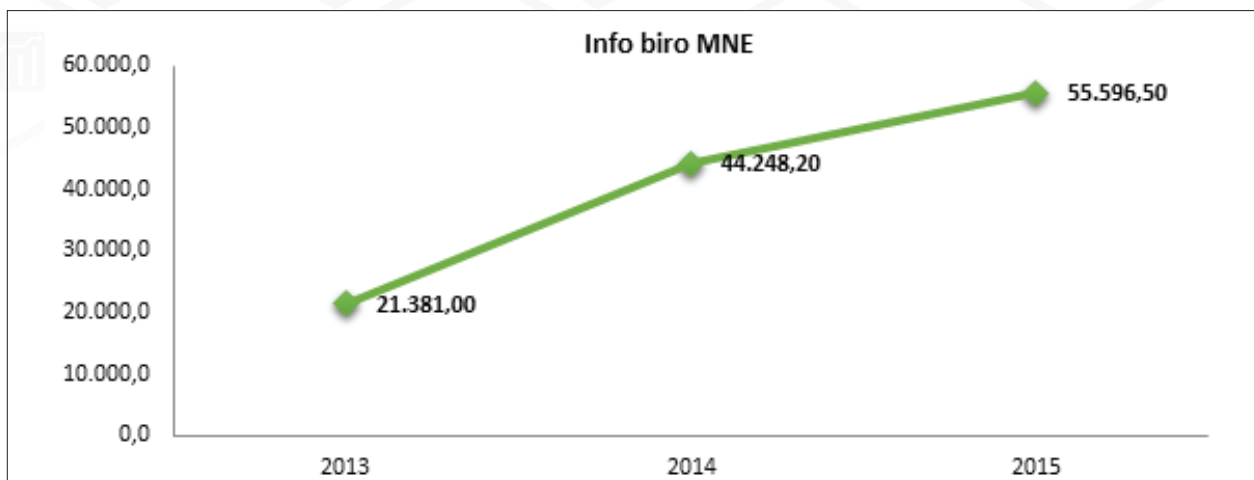
### **Informativne agencije i servisi**



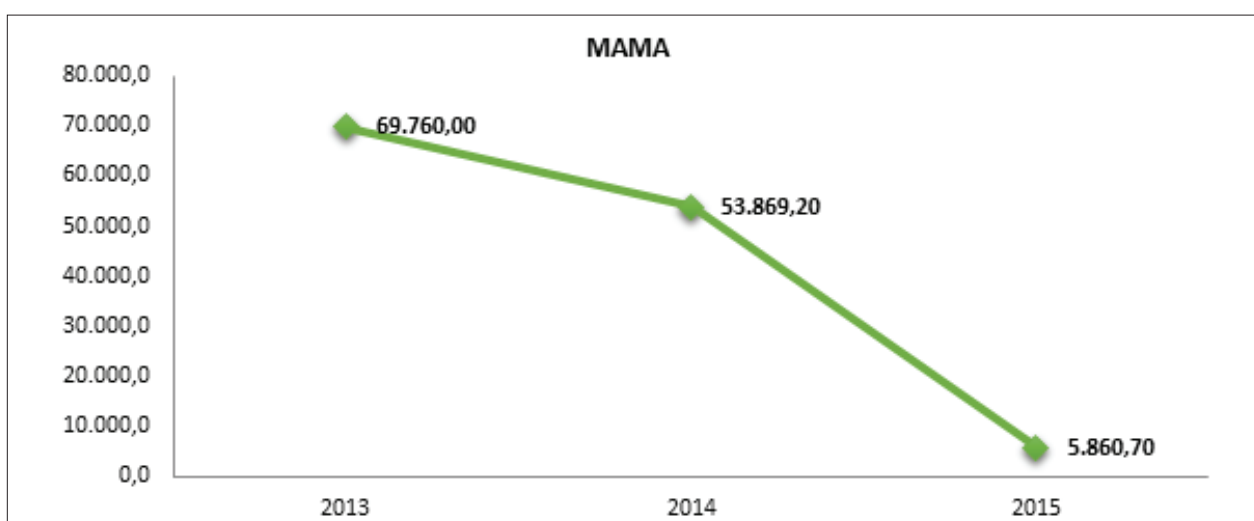
Grafik 93: presjek po najvećim pojedinačnim korisnicima sredstava u EUR, ukupno za 2013, 2014. i 2015.



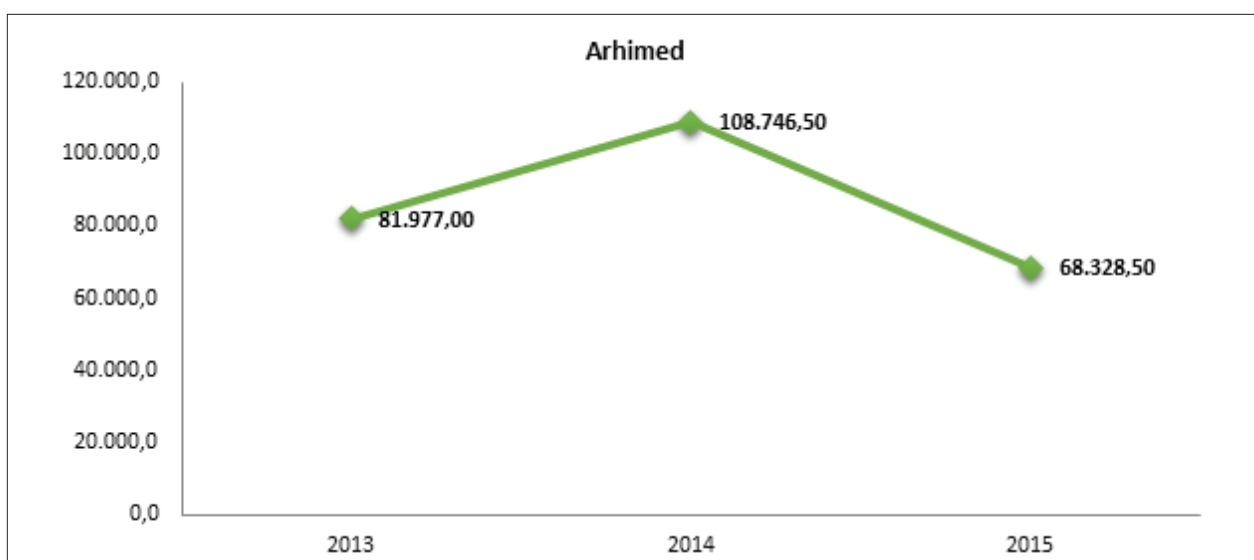
Grafik 94: iznosi uplaćeni MINA agenciji, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



Grafik 95: iznosi uplaćeni Info biro agenciji, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



Grafik 96: iznosi uplaćeni MAMA agenciji, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



Grafik 97: iznosi uplaćeni Arhimedu, od strane organa javnog sektora, po godinama, u EUR



## Primjena zakona o slobodnom pristupu informacijama i postupanje Agencije za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama

Istraživanje „Jednake šanse za sve medije u Crnoj Gori“ sprovedeno je od maja do decembra 2016. godine, na osnovu *Zakona o slobodnom pristupu informacijama*. Obuhvaćena su 353 organa javnog sektora, od kojih je 255 odgovorilo, dok 98 odnosno 27,7% nije dostavilo tražene podatke.


Organi javnog sektora koji nijesu dostavili tražene podatke, direktno kršeći odredbe Zakona o slobodnom pristupu informacijama, odlučuju se uglavnom na princip ćutanja administracije, pa tako i pored višemjesečnih napora istraživačkog tima CGO-a, koje se ogledalo u ponavljanju zahtjeva, direktnoj komunikaciji sa nadležnim službenicima, rukovodiocima organa, itd. nijesu dobijeni traženi podaci. Na toj «crnoj listi» netransparentnih organa, koji biraju da svjesno krše zakonske norme, su: Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja, Glavni grad Podgorica, opština Herceg Novi, Montenegro airlines, Plantaže 13 jul, i brojni drugi javni organi i institucije, čiji su budžeti manjeg obima i koji nijesu u primjećeni od strane istraživačkog tima kao značajni ulagači u crnogorskim medijima. U poređenju sa prethodnim godinama, može se zaključiti da su **Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja i i Glavni grad Podgorica neslavni lideri u netransparentnosti**, jer na ova pitanja godinama ne odgovaraju.

*Porazno je da institucije koje se finansiraju od sredstava poreskih obveznika odbijaju da polože račune o načinu trošenja tih sredstava, što svakako budi sumnju u način na koji su ta sredstva, kome i za koje svrhe dodijeljena.*

CGO je podnio 42 žalbe Agenciji za slobodan pristup informacijama, i sve su te žalbe su blagovremeno i pozitivno riješene u korist CGO-a. Međutim, ni to nije bilo dovoljno da se obezbijedi pristup nekim neophodnim informacijama, jer ima organa koji su dosljedni u kršenju zakona i skrivanju podataka.

Imajući u vidu blage kaznene odredbe Zakona o slobodnom pristupu informacijama, koji propisuje novčanu kaznu od 500 eura do 20.000 eura za pravno lice, jasna je intencija organa koji se odluče na ćutanje administracije, procjenjujući većim interes da određene informacije i podatke ne stave na uvid javnosti. Paradoks je i podatak,





---

da pravna lica eventualne novčane kazne plaćaju iz budžeta organa javnog sektora, odnosno budžeta Crne Gore, odnosno novca građana i građanki Crne Gore, kojima se informacije uskraćuju!

Takođe, važno je napomenuti da navedeni organi nijesu ravnomjerno dostavljali tražene informacije, niti je kvalitet dostavljenih informacija bio na istom nivou, što je uticalo i na dužinu trajanja istraživanja i obradu podataka.

Od 353 institucija kojima su traženi podaci na osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama, pozitivno je odgovorilo **255 ili 72,3%**. Ovaj procenat predstavlja rast u odnosu na prethodna dva istraživanja, kada je na dostavljene zahtjeve pozitivno odgovorilo 66% odnosno 67% organa javnog sektora, i ostaje da se vidi da li će se taj trend nastaviti.




# Zaključci i preporuke

## Zaključci

Finansiranje medija iz javnih fondova u Crnoj Gori ostaje neregulisano, nekontrolisano i netransparentno. Ukupan iznos novca koji su organi javnog sektora uplatili medijima, u toku 2015.godine smanjen je za određeni procenat. Potrebne zakonske intervencije nijesu napravljene. Postojeći zakonski okvir ne prepoznaje potencijalnu vezu između finansiranja medija iz javnih fondova po različitim osnovama i uticaja tog novca na slobodu medija i ekonomsku (ne)stabilnost medija, niti posmatra odluke o oglašavanju kao mogući vid diskriminacije medije i pokušaja uticaja na uređivačku politiku.

Institucije u Crnoj Gori i dalje ne iznose podatke o ukupnom iznosu državnog novca koje godišnje izdvajaju za oglašavanje, reklamiranje ili finansiranje medija po drugim osnovama, niti bilo koja institucija kontroliše način na koji se raspodjeljuju i troše ova budžetska sredstva. Dodatno, nadležne institucije ne pokazuju interesovanje za rješavanje ovog problema, iako se ono tretira sa ozbiljnom pažnjom od strane zainteresovane međunarodne zajednice.

Zakon o slobodnom pristupu informacijama i dalje nije dovoljno funkcionalan i ne obezbjeđuje dolaženje do svih neophodnih podataka. Institucije koje se odlučuju na princip ćutanja administracije ostaju iste godinama, što dokazuje da raspoloživi mehanizmi nisu djelotvorni. Na ovaj način, organi javnog sektora selektivno pristupaju propisanim obavezama, odbijajući da dostave tražene informacije onda kada procijene da to za njih može prouzrokovati veću štetu od direktnog kršenja odbredbi ovog zakona. Sa druge strane, postupanje Agenciji za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama je značajno, ali često sporo i u konačnici neizvedeno jer se njene odluke ne uvažavaju dovoljno od strane državnih organa. Od 42 žalbe, koliko je CGO podnio u ovoj izvještajnom periodu, sve su pozitivno i blagovremeno riješene. No, to nije doprinijelo da svi organi postupe po njima.



---

Institucije nemaju proaktivan odnos i ne objavljuju na zvaničnim web sajtovima podatke o godišnjim iznosima i načinu raspodjele novca koji je usmjeren na oglašavanje, reklamiranje ili finansiranje medija po drugim osnovima. Lokalne samouprave prate ovu praksu, pa posljedično ni podaci o finansiranju lokalnih javnih sevisa, ili ukupna izdvajanja opština po pomenutim osnovima nijesu javni.

Zaključivanje ugovora o finansijskoj pomoći i sponzorstvima medijima, na bazi odluke rukovodioca institucije predstavlja praksu koja mora biti pravno uređena i ograničena. Na ovaj način direktno se podržavaju jedni, a diskriminišu drugi mediji. Distribucija ovih sredstava, uz zakonsku neizvedenost u ovom dijelu, ima potencijal da izazove ozbiljne devijacije na medijskom tržištu i omete poslovanje jednih ili unaprijediti poslovanje drugih medija.

Ugovori koje zaključuju mediji i organi javnog sektora, a koji sadrže odredbe kojima se propisuje način izvještavanja o određenoj instituciji odnosno ugovorna obaveza obezbjeđivanja prostora za intervju rukovodilaca i drugih predstavnika, u sebi sadrže elemente obmanjujućeg oglašavanja i mora biti sankcionisana. Na ovaj način građani i građanke Crne Gore izloženi su propagandi, a ne izvještavanju medija, jer objavljeni sadržaj ne sadrži oznaku da se radi o PR tekstu. Kopije takvih ugovora CGO posjeduje u svojoj dokumentaciji.

Država vrši neprimjeren uticaj na medijsko tržište, kroz netransparentna i selektivna finansijska izdvajanja javnih sredstava, putem oglašavanja i reklamiranja. Tome doprinosi i postojeća ekonomska kriza i smanjenje marketinških ulaganja preduzeća, uz istovremeno povećanje učešća države, što otvara dodatan prostor za oblikovanje medijske scene, u odnosu na interese vladajuće političke strukture, a kroz zloupotrebu državnih resursa.

Centralizacija budžetskih izdvajanja za potrebe oglašavanja i reklamiranja, po osnovu ugovorenih usluga, specijalizovanih usluga i po drugim osnovima, i preusmjeravanje sa medija na marketinške kuće koje se bave zakupima medijskog prostora, otežava princip transparentnosti, imajući u vidu da se ne mogu pratiti dalji tokovi i raspodjela novca koji se uplaćuje na ovaj način.

Imajući u vidu da je Evropska komisija u svom Izvještaju za 2016.godinu, ovo pitanje pozicionirala kao jedan od četiri prioriteta u okviru slobode izražavanja, može se očekivati konačno sadržajan napredak u postizanju održivog rješenja.



---

## Preporuke

Duboka i trajuća kriza u medijskom sektoru zahtijeva ozbiljnu reformu i izmjene seta medijskih zakona. Potrebno je otvoriti prostor za širok dijalog i javnu raspravu zainteresovane javnosti u cilju usvajanja najboljih prijedloga i rješenja.

Izmjenama i dopunama Zakona o medijima treba pravno urediti i osigurati transparentno finansiranje medija iz javnih fondova, kako državnih institucija, lokalnih samouprava tako i svih organizacija koje se finansiraju djelimično ili potpuno iz budžeta.

Jasni mehanizmi kontrole državnog finansiranja i dodjele državne pomoći medijima moraju biti uspostavljeni, radi pune primjene principa transparentnosti i otvorenosti organa javnog sektora.

Dalje, u dostizanju transparentnosti potrebno je propisati obavezu državnih organa da objavljuju evidenciju oglašavanja u medijima za određeni period, na obrascu koji propisuje nadležno ministarstvo. Cjelovita informacija o izdvajanjima javnih sredstava medijima, po osnovu ugovorenih usluga, specijalizovanih usluga ili po drugim osnovima, mora biti dostupna javnosti i objavljena na sajtovima organa javnog sektora.

Potrebno je prikupiti nezavisne i pouzdane podatke o gledanosti/čitanosti/slušanosti crnogorskih medija koji bi poslužili kao osnova za fer i nepristrasnu raspodjelu sredstava za oglašavanje organa javnog sektora. U suprotnom, ostaje otvoren prostor za moguće zloupotrebe javnih funkcionera i službenika, u smislu uticaja na medije kroz raspodjelu budžetskog novca.

Finansiranje iz javnog novca poreskih obveznika, za lokalne javne servise mora da se podvrgne strogim pravilima transparentnosti, otvorenosti i mjerljivim kriterijumima utroška novca poreskih obveznika. Finansijski izvještaji lokalnih javnih emitera moraju biti javno dostupni i objavljeni na ne zvaničnim web sajtovima lokalnih samouprava ili lokalnih javnih emitera kao korisnika sredstava.

Potrebno je normativno urediti oblast koja se odnosi na mogući uticaj političkih struktura, državnih institucija i organa na medijsko tržište, konkretno kroz amandmansko djelovanje na Zakon o medijima.



# Prilozi

## Prilog 1

**Prijedlozi amandmana CGO-a na set medijskih zakona, Zakona o javnim nabavkama i Zakona o državnoj pomoći**

**Prijedlog amandmana na Zakon o medijima** ("Sl. list RCG", br. 51/02 od 23.09.2002, 62/02 od 15.11.2002, i "Sl. list Crne Gore", br. 46/10 od 06.08.2010, 73/10 od 10.12.2010, 40/11 od 08.08.2011)

### Amandman 1

U članu 6 dodaje se novi stav 2 koji glasi:

*Medijima se u smislu ovog Zakona, smatraju i uređivački oblikovane internet stranice ili portali koji sadrže elektronske verzije štampanih medija ili informacije iz medija, na način da su dostupni javnosti.*

Stavovi 2 i 3 člana 6, postaju stavovi 3 i 4.

### **Obrazloženje:**

Istraživanje "Jednake šanse za sve medije" koje Centar za građansko obrazovanje (CGO) sprovodi od 2011, pokazalo je da crnogorsko medijsko zakonodavstvo ne prepoznaje, pa samim tim normativno ne definiše portale kao medije.

Ovaj nedostatak medijskog zakonodavstva mora biti prevaziđen u cilju zaštite javnog interesa i uvažavanja činjenice nesumnjivog značaja i popularnosti koju portali uživaju u medijskom prostoru Crne Gore, kao i značajnog iznosa finansijskih sredstava koje dobijaju iz javnih fondova za usluge reklamiranja, oglašavanja ili po osnovu ugovorenih usluga, specijalizovanih usluga ili po drugim osnovama.

## **Amandman 2**

Nakon člana 49, dodaje se novi član 49a koji glasi:

*Mediji definisani članom 6 ovog Zakona, dužni su da vode evidenciju o svim uplatama organa javnog sektora po svim osnovama, a posebno da izdvoje uplate po osnovu usluge reklamiranja, oglašavanja ili po osnovu ugovorenih usluga i specijalizovanih usluga.*

*Obrazac obrazca za vođenje evidencije, koji na detaljan i pregledan način prikazuje strukturu uplata iz javnih fondova po svim osnovama, utvrdiće Ministarstvo kulture u roku od 30 dana od dana stupanja na snagu ovog Zakona.*

*Evidencija se vodi u dva istovjetna primjerka, od kojih se jedan dostavlja nadležnom Ministarstvu, a jedan ostaje obvezniku vođenja evidencije.*

*Nadležno ministarstvo će sve evidencije objaviti na svojoj internet stranici najkasnije 8 dana od dana dostavljanja evidencije.*

*Mediji evidenciju moraju dostaviti nadležnom organu u toku mjeseca januara tekuće godine za prethodnu godinu, a najkasnije do 31. januara tekuće godine.*

## **Obrazloženje:**

Finansiranje medija u Crnoj Gori iz javnih fondova ostaje neregulisano, nekontrolisano i netransparentno, i u tom pogledu vlasti nijesu uložile napore kako bi se ova oblast unaprijedila iako je tema otvorena već više od četiri godine i predmet je rastuće zabrinutosti i relevantnih međunarodnih organizacija.

Vlasti vrše neprimjeren uticaj na medijsko tržište, kroz netransparentna i selektivna finansijska izdvajanja javnih sredstava koja se po različitim osnovama raspodjeljuju medijima. Uz inače izazovnu ekonomsku situaciju i smanjenje marketinških budžeta preduzeća na crnogorskom medijskom tržištu, a istovremeno povećanje učešća javnih fondova i njihovo trošenje bez jasnih kriterijuma vrši se prikrivena cenzura medija u Crnoj Gori.

Ovaj član utvrđuje obavezu medija da vode evidenciju o uplaćenim sredstvima iz javnih izvora, kao i o osnovu uplata svih uplata. Na ovaj način, doprinosi se transparentnosti finansiranja medija od strane organa javnog sektora i omogućava kontinuirani uvid najšire javnosti u iznos, vrstu i osnov ovih poslova.

## **Amandman 3**

Iza člana 49b, dodaje se novi član 49c koji glas:

*Svi državni organi u obavezi su da jednom mjesečno objave evidenciju oglašavanja u medijima za prethodni mjesec, na obrascu koji propisuje nadležno ministarstvo.*

*Ova evidencija uključuje i sredstva plasirana preko marketinških agencija, pri čemu*

*se jasno razdvajaju oglašavanja u pojedinačnim medijima ili druge usluge koje se plaćaju medijima.*

*Ukupan presjek oglašavanja državnih organa u medijima vršiće nadležno ministarstvo, u formi godišnjeg izvještaja.*

*Ministarstvo je u obavezi da izvještaj stavi na javnu raspravu najkasnije do 31. marta tekuće godine za prethodnu izvještajnu godinu.*

*Izvještaj se usvaja na Vladi i objavljuje najkasnije 1. juna tekuće godine.*

### **Obrazloženje:**

Uočena je neophodnost postizanja pune transparentnosti i utvrđivanja svrsishodnosti oglašavanja i reklamiranja državnih organa, gdje mehanizam propisan ovim amandmanom omogućava širok uvid javnosti u tokove oglašavanja. Na ovaj način, otvara se prostor da javnost utiče na donošenje ocjene o svrsishodnosti, a samim tim i na karakter budućeg oglašavanja državnih organa, i drugih vidova ulaganja u medije.

Razlog zbog kojeg se uvodi obaveza praćenja tokova novca koji se plasira preko marketinških agencija je u činjenici da su istraživanja CGO-a ukazala na tendenciju centralizacije sredstava koja se izdvajaju za usluge reklamiranja i oglašavanja u medijima, po osnovu ugovora o pružanju usluga, specijalizovanim uslugama ili drugim osnovima. Ovo otežava praćenje daljeg transfera prema medijima ili vezanim subjektima, otvarajući širok prostor za zloupotrebe, jer organi javnog sektora mogu netransparentno usmjeravati sredstva ka onim medijima koje samostalno, bez jasno utvrđenih procedura i kriterijuma, procjene kao najsvrsishodnije. Ne postoji trenutno zakonska mogućnost daljeg istraživanja u ovom slučaju kao ni uvid u podatke kako se dalje ova sredstva raspodjeljuju medijima, a što se predloženim rješenjem direktno adresira.

### **Amandman 4**

Iza člana 49c, dodaje se novi član 49d koji glas:

*Svi organi jedinice lokalne samouprave i preduzeća u kojima je jedinica lokalne samouprave osnivač u obavezi su da jednom mjesečno dostave evidenciju oglašavanja u medijima za prethodni mjesec Glavnom administratoru.*

*Obrazac na kome će svaki organ jedinice lokalne samouprave i preduzeća u kome je jedinica lokalne samouprave osnivač voditi evidenciju o oglašavanju u medijima propisaće nadležno ministarstvo.*

*Presjek oglašavanja organa jedinice lokalne samouprave u medijima vršiće Glavni administrator, u formi godišnjeg izvještaja. Jedinica lokalne samouprave je u obavezi da izvještaj stavi na javnu raspravu najkasnije do 31. marta tekuće godine.*

*Izveštaj se usvaja u Skupštini jedinice lokalne samouprave i objavljuje najkasnije 1. juna tekuće godine za prethodnu, izvještajnu godinu.*

### **Obrazloženje:**

Obrazloženje ovog amandmana je identično prethodnom, jer norma ima isti cilj, ali je vezana za primjenu na nivou lokalne samouprave.

Predmetnim amandmanom u potpunosti se poštuje autonomija lokalnih samouprava i princip decentralizacije.

### **Amandman 5**

Iza člana 49d, dodaje se član 49e koji glasi:

*Državni organi, javne službe, organi jedinice lokalne samouprave i preduzeća u većinskom državnom vlasništvu odluku o oglašavanju u mediju donosiće na osnovu kriterijuma čitanosti, slušanosti, gledanosti i povjerenja.*

*Izuzetak predstavlja oglašavanje vezano za lokalne teme, etničke zajednice i marginalizovane grupe kada se osnovni kriterijum odlučivanja ne mora primjeniti, odnosno može modifikovati uz prateće obrazloženje.*

*Ostali kriterijumi detaljno će se urediti podzakonskim aktom, koji će Vladi predložiti nadležno ministarstvo u roku od 60 dana od stupanja na snagu Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o medijima.*

### **Obrazloženje:**

Neophodno je utvrditi kriterijume koji će služiti kao osnova za donošenje odluke u kojem mediju će se državni organi, javne službe, organi jedinice lokalne samouprave i preduzeća u većinskom državnom vlasništvu oglašavati i reklamirati.

Zakonski se mora regulisati osnovni kriterijum sa izuzetkom, a u osnovi mora biti čitanost, slušanost, gledanost i povjerenje koje medij uživa.

Podzakonskim aktom detaljno će se razraditi i svi ostali kriterijumi koji će doprinijeti uvođenju jasnih pravila na medijskom tržištu.

### **Amandman 6**

Dodaje se član 45a, koji glasi:

*Novčanom kaznom od 10.000 eura do 20.000 eura kazniće se za prekršaj mediji definisani članom 6 ovog Zakona, ako zaključno sa 31. januarom tekuće godine za prethodnu godinu ne dostave evidenciju, utvrđenu članom 49a, na obrazcu propisanom od strane Ministarstva kulture.*



Mediji koji ovaj obrazac ne podnesu zaključno sa 31. januarom ne mogu u toj godini dobijati sredstva iz javnih fondova za usluge reklamiranja, oglašavanja ili po osnovu ugovorenih usluga, specijalizovanih usluga ili po drugim osnovama.

### **Obrazloženje:**

Radi obezbjeđenja punog poštovanja zakona neophodno je propisati preciznu prekršajnu odgovornost subjekata obavezanih predmetnim zakonom, pa se shodno uvode kaznene odredbe.

Dodatno, za one koji ne poštuju odredbe po kojima treba da čine poreskim obveznicima dostupne informacije o sopstvenoj potrošnji tih sredstava ne treba da imaju pravo da ih dalje koriste.

## **Prijedlog amandmana na Zakon o kontroli državne pomoći ("Sl. list Crne Gore", br. 74/09 od 13.11.2009, 57/11 od 30.11.2011)**

### **Amandman 1**

Iza člana 17, dodaje se član 17a koji glasi:

*Državna pomoć koja se dodjeljuje medijima prijavljuje se isključivo kao, šema državne pomoći.*

*Predlagač šeme državne pomoći dužan je da nacrt, odnosno predlog akta dostavi Komisiji, radi ocjene usklađenosti sa ovim zakonom.*

*Komisija je dužna da predlog akta objavi na svom sajtu najkasnije 24 sata po prijemu akta.*

*Svi mediji imaju pravo da podnesu zahtjev za preispitivanje šeme u roku od 15 dana od dana objavljivanja.*

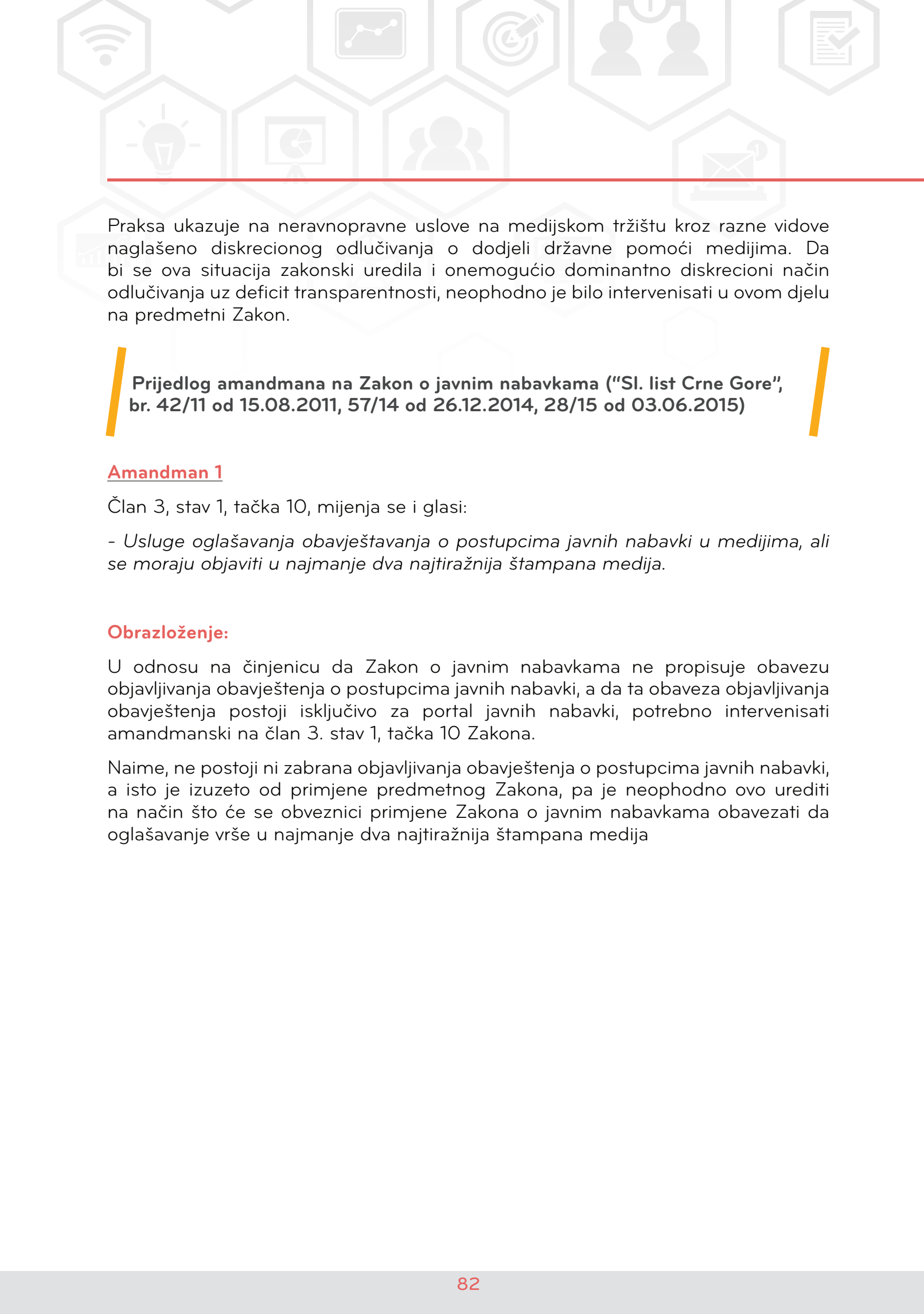
*Komisija je dužna da odluči o zahtjevu u roku od 8 dana.*

*Predlagač šeme državne pomoći u slučaju usvajanja zahtjeva može povući šemu iz procedure ili prihvatiti nastale izmjene šeme.*

*Prijavljena državna pomoć ne smije se dodijeliti do donošenja rješenja Komisije o usklađenosti državne pomoći sa ovim zakonom.*

### **Obrazloženje:**

Značajno je i neophodno izdvojiti medije kao posebnu kategoriju u Zakonu o kontroli državne pomoći.



---

Praksa ukazuje na neravnopravne uslove na medijskom tržištu kroz razne vidove naglašeno diskrecionog odlučivanja o dodjeli državne pomoći medijima. Da bi se ova situacija zakonski uredila i onemogućio dominantno diskrecioni način odlučivanja uz deficit transparentnosti, neophodno je bilo intervenisati u ovom djelu na predmetni Zakon.

**Prijedlog amandmana na Zakon o javnim nabavkama ("Sl. list Crne Gore", br. 42/11 od 15.08.2011, 57/14 od 26.12.2014, 28/15 od 03.06.2015)**

### **Amandman 1**

Član 3, stav 1, tačka 10, mijenja se i glasi:

- *Usluge oglašavanja obavještavanja o postupcima javnih nabavki u medijima, ali se moraju objaviti u najmanje dva najtiražnija štampana medija.*

### **Obrazloženje:**

U odnosu na činjenicu da Zakon o javnim nabavkama ne propisuje obavezu objavljivanja obavještenja o postupcima javnih nabavki, a da ta obaveza objavljivanja obavještenja postoji isključivo za portal javnih nabavki, potrebno intervenisati amandmanski na član 3. stav 1, tačka 10 Zakona.

Naime, ne postoji ni zabrana objavljivanja obavještenja o postupcima javnih nabavki, a isto je izuzeto od primjene predmetnog Zakona, pa je neophodno ovo urediti na način što će se obveznici primjene Zakona o javnim nabavkama obavezati da oglašavanje vrše u najmanje dva najtiražnija štampana medija

## Prilog 2

### Odluka Centralne banke o finansijskoj pomoći medijima – primjer Nova Pobjeda

**CENTRALNA BANKA CRNE GORE**

O.br. 0102-2/175-2

Podgorica, 25.06.2015 godine

Na osnovu člana 45 i člana 65 Zakona o Centralnoj banci Crne Gore ( Službeni list CG, br. 40/10,46/10 i 6/13), Guverner Centralne banke Crne Gore donio je,

**ODLUKU**

o odobravanju finansijske pomoći

**„Nova Pobjeda“, društvo za proizvodnju, promet i usluge, export-import,** odobravaju se finansijska sredstva u iznosu od po 2.000,00 €, na ime finansijske pomoći za pokriće dijela troškova za nastavak i razvitak medijske funkcije, shodno Zahtjevu broj 0102-2/175-1 od 18.06.2015 godine.

Isplata će se izvršiti na teret sredstava predviđenih Finansijskim planom Centralne banke Crne Gore za 2015 godinu, za humanitarne aktivnosti fizičkim i pravnim licima.

O izvršenju ove Odluke staraće se Direkcija za finansije, računovodstvo i kontroling.

**GUVERNER,**  
  
mr Milošević Dakić

## **Prilog 3**

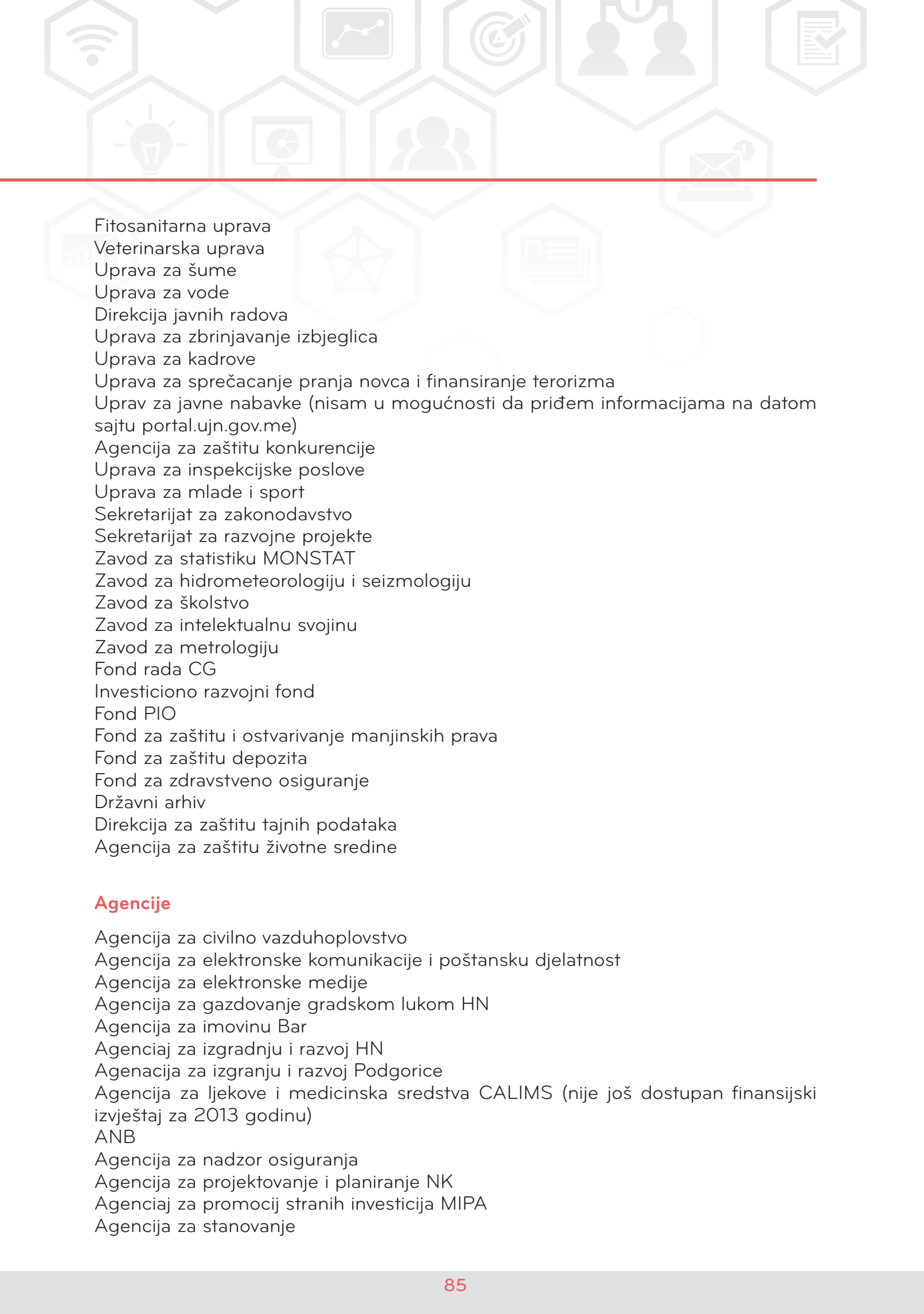
### **Spisak svih organa javnog sektora koji su bili predmet istraživanja CGO-a**

#### **Ministarstva**

Generalni sekretariat Vlade  
Ministarstvo pravde  
Ministarstvo unutrašnjih poslova  
Ministarstvo odbrane  
Ministarstvo finansija  
Komisija za raspodjelu dijela prihoda od igara na sreću  
Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija  
Ministarstvo prosvjete i sporta  
Ministarstvo nauke  
Ministarstvo kulture  
Ministarstvo za informaciono društvo i telekomunikacije  
Ministarstvo ekonomije  
Ministarstvo saobraćaja i pomorstva  
Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja  
Ministarstvo održivog razvoja i turizma  
Ministarstvo zdravlja  
Ministarstvo za ljudska i manjinska prava  
Ministarstvo rada i socijalnog staranja  
Kabinet ministra bez portfelja

#### **Organi uprave**

Uprava za antikorupcijsku inicijativu  
Zavod za izvršenje krivičnih sankcija  
Uprava policije (troškovi se uračunavaju u troškove MUP-a)  
Poreska uprava  
Uprava carina  
Uprava za igre na sreću  
Uprava za imovinu  
Uprava za nekretnine  
Uprava za dijasporu  
Uprava za zaštitu kulturnih dobara  
Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeca (podatci su dati u sklopu informacija dostavljenih za Ministarstvo ekonomije)  
Lučka uprava  
Uprava pomorske sigurnosti  
Direkcija za saobraćaj  
Direkcija za željeznice

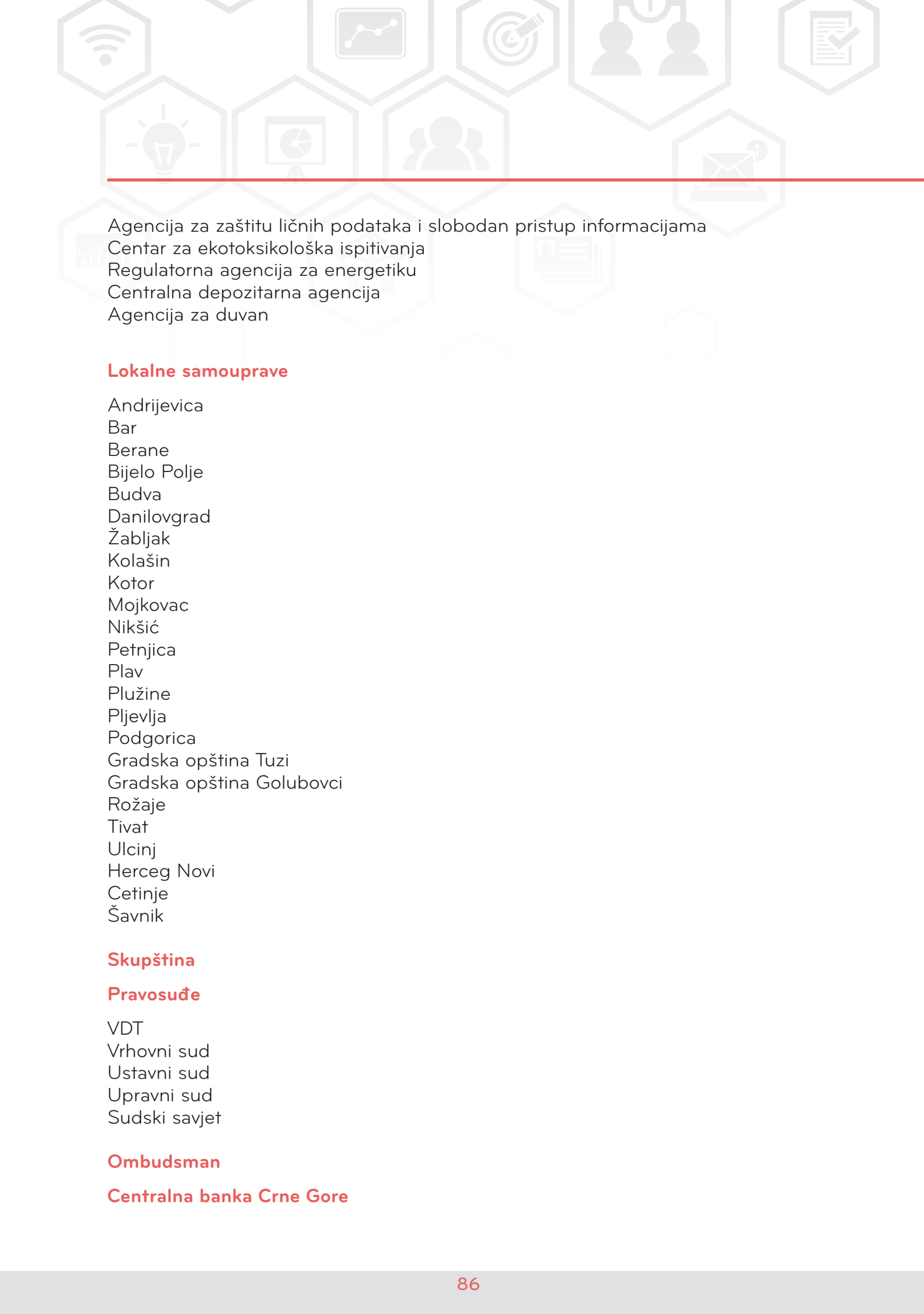


---

Fitosanitarna uprava  
Veterinarska uprava  
Uprava za šume  
Uprava za vode  
Direkcija javnih radova  
Uprava za zbrinjavanje izbjeglica  
Uprava za kadrove  
Uprava za sprečavanje pranja novca i finansiranje terorizma  
Uprav za javne nabavke (nisam u mogućnosti da pridem informacijama na datom sajtu portal.ujn.gov.me)  
Agencija za zaštitu konkurencije  
Uprava za inspekcijske poslove  
Uprava za mlade i sport  
Sekretarijat za zakonodavstvo  
Sekretarijat za razvojne projekte  
Zavod za statistiku MONSTAT  
Zavod za hidrometeorologiju i seizmologiju  
Zavod za školstvo  
Zavod za intelektualnu svojinu  
Zavod za metrologiju  
Fond rada CG  
Investiciono razvojni fond  
Fond PIO  
Fond za zaštitu i ostvarivanje manjinskih prava  
Fond za zaštitu depozita  
Fond za zdravstveno osiguranje  
Državni arhiv  
Direkcija za zaštitu tajnih podataka  
Agencija za zaštitu životne sredine

## Agencije

Agencija za civilno vazduhoplovstvo  
Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost  
Agencija za elektronske medije  
Agencija za gazdovanje gradskom lukom HN  
Agencija za imovinu Bar  
Agencija za izgradnju i razvoj HN  
Agencija za izgradnju i razvoj Podgorice  
Agencija za lijekove i medicinska sredstva CALIMS (nije još dostupan finansijski izvještaj za 2013 godinu)  
ANB  
Agencija za nadzor osiguranja  
Agencija za projektovanje i planiranje NK  
Agencija za promociju stranih investicija MIPA  
Agencija za stanovanje



---

Agencija za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama  
Centar za ekotoksikološka ispitivanja  
Regulatorna agencija za energetiku  
Centralna depozitarna agencija  
Agencija za duvan

### **Lokalne samouprave**

Andrijevica  
Bar  
Berane  
Bijelo Polje  
Budva  
Danilovgrad  
Žabljak  
Kolašin  
Kotor  
Mojkovac  
Nikšić  
Petnjica  
Plav  
Plužine  
Pljevlja  
Podgorica  
Gradska opština Tuzi  
Gradska opština Golubovci  
Rožaje  
Tivat  
Ulcinj  
Herceg Novi  
Cetinje  
Šavnik

### **Skupština**

#### **Pravosuđe**

VDT  
Vrhovni sud  
Ustavni sud  
Upravni sud  
Sudski savjet

### **Ombudsman**

### **Centralna banka Crne Gore**

## Javna preduzeća i ustanove

Apotekarska ustanova CG Montefarm  
Institut za standardizaciju CG  
Montenegro airlines  
Biblioteka za slijepe CG  
Institut za javno zdravlje  
Crveni krst Crne Gore  
CNP CG  
Ispitni centar CG  
Matica CG  
Tržnice i pijace d.o.o  
JU Centar za socijalni rad PG, DG i Kolašin  
Centar za očuvanje i razvoj kulture manjina Cg  
JU Komanski most  
JU Ljubović  
JU Crnogorska kinoteka  
Narodni muzej Crne Gore  
Nacionalna biblioteka Crne Gore  
JU Resursni centar za djecu i mlade Crna Gora  
Nacionalna turistička organizacija Crne Gore  
Regionalni ronilački Centar  
JU Dom studenata i učenika Podgorica  
Putevi d.o.o Podgorica  
Parking servis BP  
Parking servis  
Čistoća d.o.o Podgorica  
Muzički Centar CG  
JP Nacionalni parkovi CG  
JP Regionalni vodovod crnogorsko primorje  
Aerodromi CG  
JP Morsko dobro  
Centar za posredovanje  
Centar savremene umjetnosti  
Plantaže "13" jul  
Elektroprivreda Crne Gore  
Bussines montenegro d.o.o  
Možura d.o.o  
Pošta Crne Gore  
Željeznička infrastruktura Crne Gore  
JU Centar za kulturu -Berane  
Centar za socijalni rad Plav  
JU Centar za socijalni rad Rožaje  
JU Centar za socijalni rad BP i Mojkovac  
Komunalno Lim d.o.o  
Opštinska organizacija Crvenog krsta  
Zeta energy Danilovgrad

JP za uzgoj i zaštitu i lov divljači Danilovgrad  
Kastel Montenegro Pljevlja  
Centar za konzervaciju i arheologiju  
Direkcija za saobraćaj Danilovgrad  
JP "Komunalno" -Danilovgrad  
JP Čistoća Herceg Novi  
JP Parking servis Herceg Novi  
Javno komunalno Herceg Novi  
Specijalistička veterinarska laboratorija Podgorica  
JU dnevni centar za djecu sa smetnjama i teškoćama u razvoju Herceg Novi  
JU Biblioteka i čitaonica HN  
JU kulture Herceg fest HN  
Agencija za zaštitu i razvoj Orjena - Herceg Novi  
Turistička organizacija Herceg Novi  
Vodovod i kanalizacija d.o.o. Herceg Novi  
JP "Vodovod i kanalizacija" -Danilovgrad  
JP Vodovod "Bistrica" -Bijelo Polje  
Institut za biologiju mora- Kotor  
JU Centar za socijalni rad Herceg Novi  
JU Centar za socijalni rad Kotor, Tivat i Budva  
Centar informacionog sistema UCG  
JU Umjetnička kolonija Danilovgrad  
JU Centar za kulturu Andrijevica  
Radio televizija Crne Gore  
JP Vodovodi i kanalizacija Cetinje  
JKP za stambeno – komunalnu djelatnost –Andrijevica  
Turistička organizacija Budva  
Morsko dobro Budva  
JP Komunalne djelatnosti Ulcinj  
JU Dnevni centar Sirena  
PIO d.o.o Ulcinj  
Agencija za izgradnju i razvoj Ulcinja  
Crnogorski fond za solidarni stambenu gradnju d.o.o  
Crnogorski operator tržišta električne energije -DOO Podgorica  
Crnogorski elektroprenosni sistem –AD Podgorica  
JU Centar za asocijalni rad Bar i Ulcinj  
Turistička organizacija Bar  
Ulcinjaska rivijera – AD Ulcinj  
Turistička organizacija Cetinje  
Turistička organizacija BP  
Univerzitet Crne Gore  
Radio difuzni centar Crne Gore – DOO Podgorica  
Željeznički prevoz Crne Gore  
Održavanje željezničkih vozni sredstava –AD Podgorica  
Montenegro bonus –DOO Cetinje  
Montecargo –AD Podgorica



Monteput –DOO Podgorica  
JU Cenatar za kulturu I sport Mihailo Lalić –Andrijevica  
JP Komunalno –Berane  
Opštinska javna ustanova "Muzeji" – Kotor  
Luka Kotor –AD Kotor  
Turistička organizacija Kotor  
JP "Vodovod I kanalizacija" –Kotor  
JU "Anderva" –Nikšić  
JU Centar za kulturu Kolain  
JU Centar za kulturu – Nikšić  
JU Centar za kulturu –Plužine  
JU Centar za kulturu – Plav  
JP Centar za kulturu – Ulcinj  
JP "Vododvod I kanalizacija" –Berane  
JU Dnevni centar za djecu sa posebnim potrebama – Nikšić  
JU Dnevni centar za djecu ometenu u razvoju Nikšić  
Insitut za biologiju mora Kotor  
JP Vododvod I kanalizacija – Nikšić  
JU Dom zdravlja  
JPU Eko bajka- Pljevlja  
Kliničko bolnički centar Crne Gore  
Ljekarska komora Crne Gore  
Zavod za udžbenike I nastavna sredstva  
Crnogorska akademija nauka I umjetnosti  
Centar za socijalni rad Cetinje  
JU Centar za kulturu Rožaje  
JKP "Gradac" –Mojkovac  
Turistička organizacija Žabljak  
JP za stambeno komunalne djelatnosti Žabljak  
Turistička organizacija Mojkovac  
JU Centar za kulturu "Nenad Rakočević"  
Centar za kulturu Žabljak  
JU Vodovod I kanalizacija Rožaje  
JU Kraljevsko pozorište Zetski dom Cetinje  
JU Zavičajni muzej "Ganića kula" Rožaje  
JP Komunalne usluge Podgorica  
JP Zelenilo Podgorica  
JU "Grad teatar" –Budva  
JP Komunalno stambeno javno preduzeće –Budva  
JP "Vodovod I kanalizacija" –Budva  
JP "Pogrebne usluge" –Budva  
JP Komunalno –Tivat  
JP "Sportski centar" –Cetinje  
JP vodovod i kanalizacija Kotor  
Direkcija za uređenje i izgradnju Kotor  
JKP Kotor

JPK Berane

JU Centar za socijalni rad Berane, Andrijevića I Petnica

JP za održavanje lokalnih puteva –Pljevlja

JU dnevni centar za djecu I omladinu sa smetnjama I teškoćama u razvoju –  
Pljevlja

JP Vodovod I kanalizacija –Bar

JP Komunalne djelatnosti –Bar

Novi Duvanski kombinat Podgorica

Pogrebne usluge Podgorica

“Plodovi Crne Gore” –AD Podgorica

JU Centar za socijalni rad Pljevlja I Žabljak

Project consulting

JP Vodovod I kanalizacija –Ulcinj

Turistička organizacija –Rožaje

JP Čistoća – Pljevlja

JU Anderva Nikšić

Komunalno Kotor d.o.o

Centar za kulturu Kolašin

Inovaciono preduzetnički centar

JP Sportski objekti Podgorica

Pomorski muzej CG

Turistička organizacija Plav

JP za stambenu djelatnost Plav

JU Centar za kulturu Plav

JP Sportsko rekreativni centar Bar

JP Centar za kulturu Ulcinj

Tehnopolis Nikšić

Turistička organizacija Plužine

Agencija za stambeno poslovni fond Pljevlja

JP “Vodovod I kanalizacija” – Cetinje

JP “Vodovod I kanalizacija” – Tivat

JU Centar za kulturu –Tivat

JP “Grijanje” –Pljevlja

JP Kulturni centar –Bar

DOO “Akademija znanja” –Budva

JP “Mediteran reklame” –Budva

Sportski centar Igalo d.o.o

Sportski centar NK

JP Autobuska stanica Nikšić

JU “Muzeji galerija i biblioteka” - Budva

Parking servis Budva

JP “Komunalne djelatnosti” – Šavnik ( održavanje I izgradnja Šavnika)

Fondacija “Kotorski festival pozorišta za djecu” –Kotor

Spomen dom Crvena komuna

JP Vodovod –Pljevlja

JU Dnevni Centar Pljevlja



---

JU Centar za stručno obrazovanje  
JKP Nikšić  
JKP Cetinje  
JU Centar za obrazovanje i osposobljavanje 1.jun Podgorica  
JU Dnevni Centar Lipa  
Centar za iseljenike  
JP Vodovod i kanalizacija Nikšić  
JU Centar za socijalni rad Plužine, Nikšić i Šavnik  
JP Vodovod i kanalizacija Berane  
JU Nikšićko pozorište  
JU za odmor i rekreaciju djece Lovćen, Bečić i Cetinje  
JU Narodna biblioteka I čitaonica "Njegoš"- Cetinje  
JU Prirodnjački muzej CG  
DOO Eko katun "Štavna" -Andrijevića  
Centar za kulturu Kolašin  
Vodovod i kanalizacija Kolašin  
Turistička organizacija Kolašin  
Komunalno Kolašin  
Inžinjerska komora Crne Gore  
Centar za kulturu -Danilovgrad  
JPK -Ulcinj  
Sportski centar -Rožaje  
JP Komunalno -Rožaje  
Biblioteka Budva  
JU Sportska dvorana Tivat  
Univerzitetska biblioteka  
Turistička organizacija Podgorica  
Budva holding  
JP Regionalni vodovod, primorje Budva  
JP sportsko rekreativni centar Budva  
Sportsko rekreativni centar Mediteran -Budva  
Turistička organizacija DG

