



Centar za građansko obrazovanje
Centre for civic education

KOLIKO I KOME PORESKI OBVEZNICI U CRNOJ GORI PLAĆAJU REKLAMIRANJE?

Februar, 2013.



Uvod

Projekat „*Koliko i kome poreski obveznici u Crnoj Gori plaćaju reklamiranje*”, je osmišljen u okviru potprograma Centra za građansko obrazovanje (CGO) *Mediji i demokratija* sa ciljem da doprinese podizanju svijesti o odgovornom trošenju novca iz Budžeta Crne Gore. Specifični cilj projekta je i ukazivanje na odnose koje vladine institucije i Skupština Crne Gore imaju prema medijima u Crnoj Gori kroz davanja prema istima na osnovu ugovorenih usluga i koliko se nalazi iz 2012. godine razlikuju od onih iz 2011. godine.

U tom pravcu, Centar za građansko obrazovanje (CGO) je od 11. januara do 19. februara 2013, na osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama, prikupio podatke koji se odnose na spisak svih medija, agencija za odnose sa javnošću, agencija za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskih kuća koje su Vlada Crne Gore i njeni organi, kao i Skupština Crne Gore angažovali u toku 2012. godine na osnovu usluga po ugovoru, specijaliziranih usluga ili im po drugim osnovama uplatili novčana sredstva.

Obrada podataka je obuhvatila iznose koji su navedenim subjektima uplaćeni od strane Vlade Crne Gore i Skupštine Crne Gore u toku 2012. i tip usluge koje ti iznosi pokrivaju. **Bitno je napomenuti kako je ovo samo dio sredstava uplaćenih medijima, agencijama za odnose sa javnošću, agencijama za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskim kućama po različitim osnovama, obzirom da su u fokusu istraživanja CGO-a bila samo ministarstva i organi državne uprave, kao i Skupština Crne Gore.**

Naime, istraživanje nije obuhvatilo jedinice lokalne samouprave, koje takođe izdvajaju određena sredstva u ove svrhe, što će biti predmet zasebnog istraživanja koje CGO sprovodi. Dodatno, s obzirom da je uočeno da se jedan broj javnih preduzeća reklamira u medijima, CGO je pokušao da dođe i do podataka koji bi ilustrovali obim ovih ulaganja tako što je poslao zahtjeve za slobodan pristup informacijama pojedinim javnim preduzećima koji su upravo prepoznati kao veliki oglašivači. To se odnosi na pet takvih javnih preduzeća, od kojih su dva dala potpunu informaciju, jedan okvirnu a dva nijesu uopšte odgovorila. U ovom izvještaju su izdvojeni kao posebna cjelina i analizirani su nezavisno od ministarstava i organa državne uprave.

U Crnoj Gori u okviru državne uprave postoji **60** (u prethodnoj Vladi je postojalo 57) organa, po novoj organizaciji, od kojih je ovim projektom bilo obuhvaćeno:

17 ministarstava:

- Ministarstvo pravde
- Ministarstvo unutrašnjih poslova
- Ministarstvo odbrane
- Ministarstvo finansija
- Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija
- Ministarstvo prosvjete i sporta
- Ministarstvo kulture
- Ministarstvo ekonomije

- Ministarstvo saobraćaja i pomorstva
- Ministarstvo održivog razvoja i turizma
- Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja
- Ministarstvo zdravlja
- Ministarstvo za ljudska i manjinska prava
- Ministarstvo za informaciono društvo i telekomunikacije
- Ministarstvo rada i socijalnog staranja
- Ministarstvo nauke
- Ministarka bez portfelja

dvije agencije:

- Agencija za duvan
- Agencija za zaštitu životne sredine

pet direkcija:

- Direkcija javnih radova
- Direkcija za saobraćaj
- Direkcija za željeznice
- Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća
- Direkcija za zaštitu tajnih podataka

21 uprava:

- Poreska uprava
- Uprava za nekretnine
- Uprava carina
- Uprava pomorske sigurnosti
- Lučka uprava
- Veterinarska uprava
- Uprava za antikorupcijsku inicijativu
- Uprava za sprečavanje pranja novca i finansiranja terorizma
- Uprava za šume
- Uprava za vode
- Uprava za kadrove
- Uprava policije
- Uprava za zaštitu konkurencije
- Uprava za igre na sreću
- Fitosanitarna uprava
- Uprava za imovinu
- Uprava za mlade i sport
- Uprava za zaštitu kulturnih dobara
- Uprava za zbrinjavanje izbjeglica
- Uprava za javne nabavke



- Uprava za inspekcijske poslove

tri sekretarijata:

- Generalni sekretarijat Vlade Crne Gore
- Sekretarijat za zakonodavstvo
- Sekretarijat za razvojne projekte

šest zavoda:

- Zavod za statistiku
- Zavod za hidrometeorologiju i seizmologiju
- Zavod za školstvo
- Zavod za izvršenje krivičnih sankcija
- Zavod za metrologiju
- Zavod za intelektualnu svojinu

i šest ostalih organa:

- Kabinet predsjednika Vlade,
- Kabinet potpredsjednika Vlade za politički sistem, unutrašnju i spoljnu politiku
- Kabinet potpredsjednika Vlade za ekonomsku politiku i finansijski sistem
- Kabinet potpredsjednika Vlade Igora Lukšića,
- Kabinet potpredsjednika Vlade Rafeta Husovića,
- Državni arhiv

Projekat je obuhvatio i Skupštinu Crne Gore, kako bi se vidio omjer ovih troškova u izvršnoj i zakonodavnoj vlasti.

Pregled nalaza

Uopšteno gledajući, institucije sistema su se pokazale kao neažurne, obzirom da je dobar dio njih kršio zakonski rok od petnaest dana i nerijetko dostavljao nekompletne informacije, što je zahtijevalo dodatni napor angažovanih u CGO-u u dijelu ponavljanja zahtjeva i direktne komunikacije koja je trajala punih **40 dana**, zaključno sa 19. februarom 2013. Takođe, zabilježeni su i primjeri kontradiktornosti dispozitiva rješenja u odnosu na obrazloženje rješenja, kao na primjer da se u rješenju odbija pristup informaciji, a u obrazloženju daje tražena informacija. Ovo upućuje na činjenicu da i poslije višegodišnje primjene Zakona o slobodnom pristupu informacijama, brojnih obuka nadležnih službenika i formiranja za to nadležnih službi, i dalje imamo tumačenja ovog Zakona koja su različita. Dodatno, troškovi postupka tj. odgovora na naše zahtjeve su varirali, a bilo je i slučajeva kada je za svega par kopiranih stranica trošak postupka iznosio i do pet eura. Ipak, na kraju su prikupljeni odgovori od svih institucija i organa državne uprave.

U toku 2012. godine, navedene institucije su utrošile **852 059 €** po osnovu podataka koje je CGO prikupio u skladu sa Zakonom o slobodnom pristupu informacijama a koji se odnose na spisak svih medija, agencija za odnose sa javnošću, agencija za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskih kuća koje su Vlada Crne Gore i njeni organi, kao i Skupština Crne angažovali u toku 2012. **Navedeni iznos je za čak 980 801 € manji nego što je to bilo po podacima koje je CGO dobio za prethodnu godinu kada je isti iznosio 1 832 860 €.**

Od navedene sume za radiotelevizijske stanice je ukupno izdvojeno **43 202 €** (prethodne godine 143 937 €), što je manje od štampanih medija u koje je uloženo **118 824 €** (prethodne godine 251 294 €). Za portale i agencije je izdvojeno **50 486 €** (prethodne godine 91 181 €), za produkcijske kuće i marketinške agencije je utrošeno **128 424 €** (prethodne godine 252 503 €), za međunarodne i regionalne medije je izdvojeno **506 990 €** (prethodne godine 1 080 000 €), dok je za različite druge vezane firme u ovoj oblasti, a koje ne pripadaju nijednoj od gore navedenih kategorija, izdvojeno **1 990€** (prethodne godine 2 065€). U 2012. godini **nijesu angažovane agencije za istraživanje javnog mnjenja**, za razliku od 2011. godine kada je to bio slučaj i kada je na njih bilo utrošeno 11 880€.

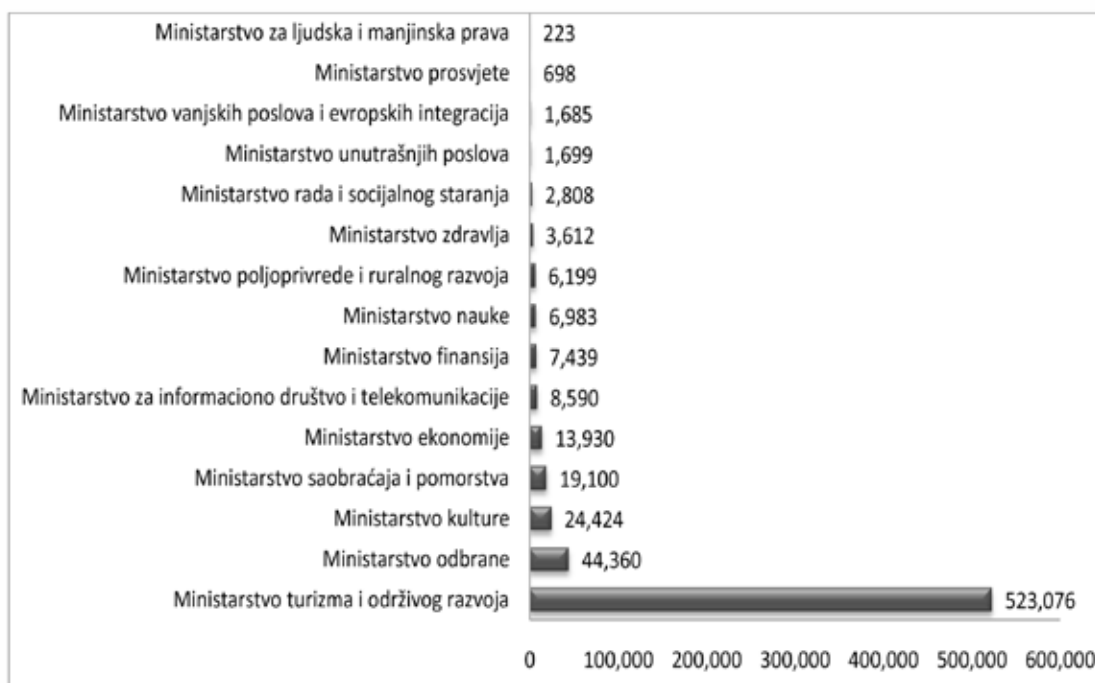
U 2012. godini **Skupština** je utrošila **63 345 €** što je za **16 116 €** manje nego prethodne godine (79.461 €). Na drugoj strani, izvršni organi su utrošili **788 714 €**, što je za **964 685 €** manje nego tokom 2011.godine (1 753 399€).

Kada je riječ o **Vladi**, najviše sredstava utrošilo je, kao i prethodne godine, Ministarstvo turizma i održivog razvoja **523 076 €**, a ta suma je za **712 714€** manja nego prošle godine (1 235 790€). Najmanje sredstava, kada je riječ o izvršnim organima, je utrošilo Ministarstvo za ljudska i manjinska prava **223 €** koje je ove godine bilo štedljivije u odnosu na prošlu godinu kada je za ove namjene potrošilo **31 129 €**.

Ovo istraživanje je pokazalo da analizirane institucije jesu postale štedljivije, ali da i dalje nemaju jednak odnos prema svim medijima, te da su kriterijumi prema medijima u kojima se javne institucije reklamiraju nedovoljno jasni i nekonzistentni, posebno uzimajući u obzir istraživanja javnog mnjenja o povjerenju građana i građanki u medijske kuće, procjene čitanosti i gledanosti medija, kao i njihove cjenovnike.

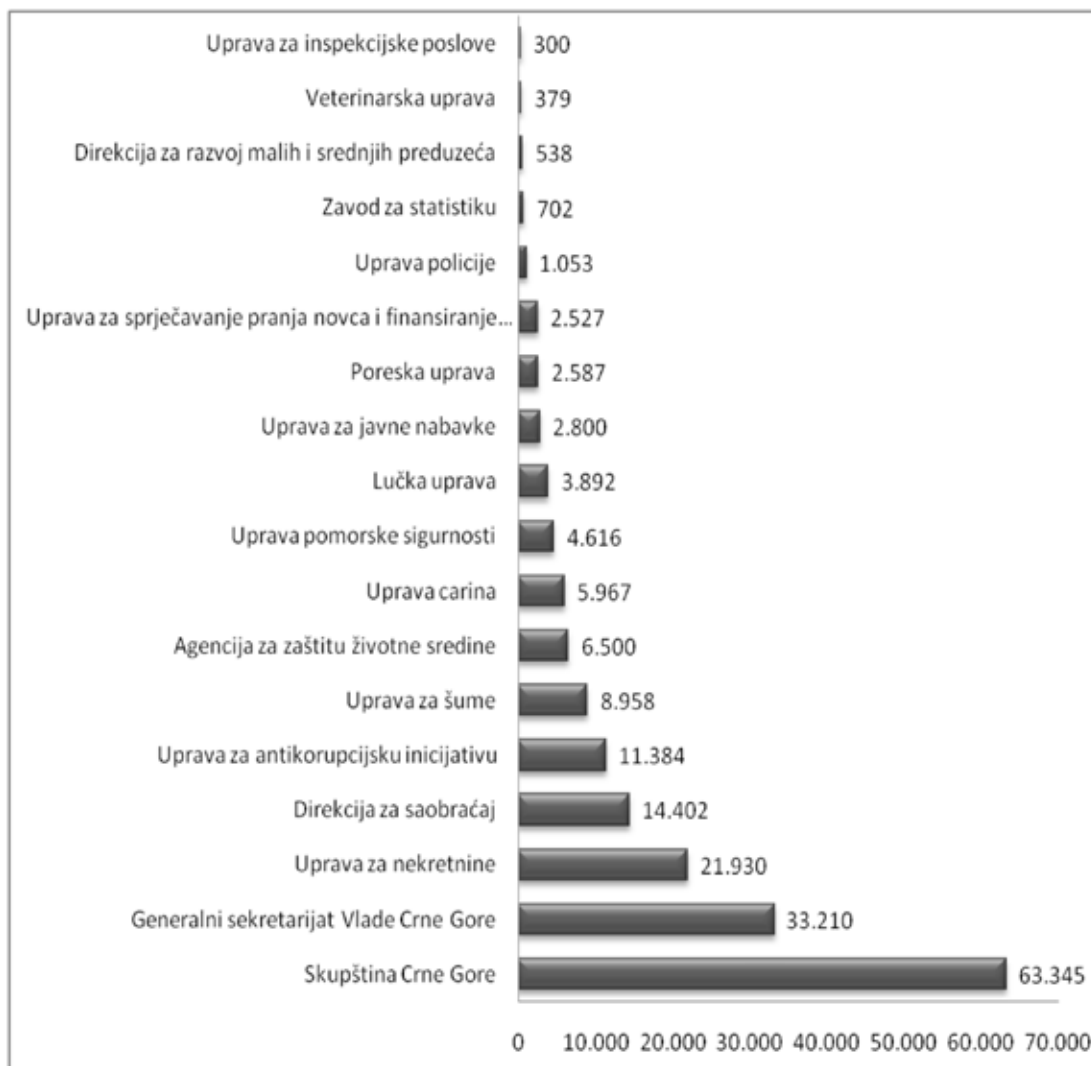


Ubjedljivo najveći oglašivač među ministarstvima je, kako je već pomenuto, Ministarstvo turizma i održivog razvoja koje je potrošilo **523 076 €**, slijedi Ministarstvo odbrane koje je utrošilo **44 360 €** (prethodne godine 55 627€). Značajna sredstva je opredijelilo i Ministarstvo kulture i to **24 424 €**, a što je za **45 190 €** manje nego prošle godine. Od pomenute utrošene sume, treba naglasiti da je Ministarstvo kulture **10 000 €** izdvojilo za sufinansiranje mjesečnog časopisa „Agora“ čiji je izdavač dnevni list „Pobjeda“. Veliki oglašivač je Ministarstvo saobraćaja i pomorstva koje se reklamiralo u vrijednosti od **19 100 €** (prethodne godine 40 249 €), slijedi Ministarstvo ekonomije **13 930 €** (prethodne godine 36 397 €). Ostala ministarstva se kreću između **223€** i **8 590€**. Najmanje oglašavanja u medijima imali su Ministarstvo prosvjete i sporta (**698 €**) koje je i prošle godine imalo najmanje troškova (2 100€), i Ministarstvo za ljudska i manjinska prava koje je potrošilo svega **223€** što je za skoro, kako je već rečeno, 30 000€ manje nego prošle godine. Jedno od rijetkih ministarstava koje je potrošilo više novca nego prethodne godine je Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja **6 199€** (prošle godine 2 516€). Jedino ministarstvo koje, po podacima koje je CGO dobio, nije potrošilo ni centa za ove svrhe je Ministarstvo pravde.

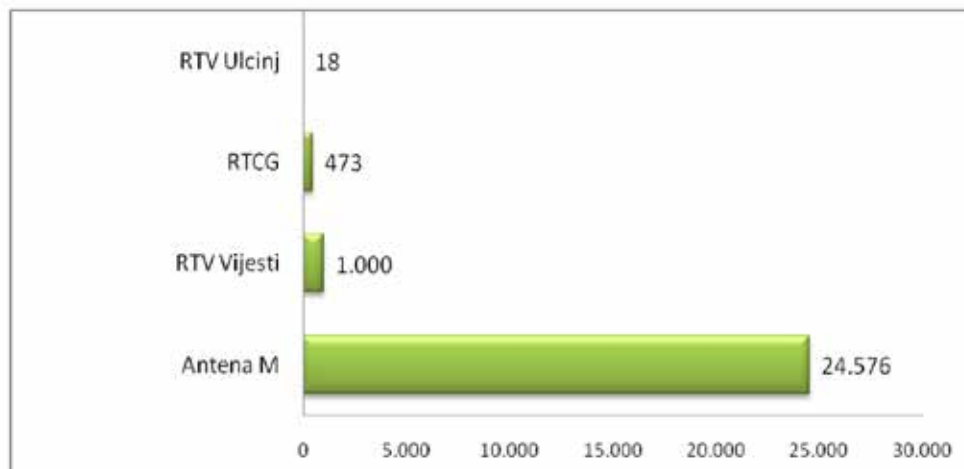


Kada govorimo o ostalim državnim organima (agencije, direkcije, uprave, sekretarijati, zavodi i kabineti), najveći iznos je uplatio Generalni sekretarijat Vlade Crne Gore za različite usluge medijima, i to **33 210 €** (prethodne godine 39.161,80 €). Uprava za nekretnine je na drugom mjestu sa **21 930 €** što je preko 50% manje u odnosu na prethodnu godinu (50 921 €). Treći po redu državni organ koji je potrošio najviše sredstava je Direkcija za saobraćaj **14 402 €** (prethodne godine to je bio iznos od 18 785 €). Slijedi Uprava za antikorupcijsku inicijativu sa **11 384 €** koja je u odnosu na prošlu godinu utrošila skoro četiri puta manje novca (40 554 €), potom Uprava za šume **8 958 €** (prethodne godine 27 598€). Ostali državni organi su potrošili između **300€** i **6 500€**. Najmanje oglašavanja u medijima imali su Veterinarska uprava **379 €**, te novoformirana Uprava za inspekcijske poslove **300 €**. Značajne uštede se bilježe i kod Agencije za životnu sredinu koja je utrošila **6 500€** u odnosu na prošlogodišnjih **19 555€**, dok su neki organi potrošili identičnu sumu kao i prethodne godine (Uprava za sprječavanje pranja novca

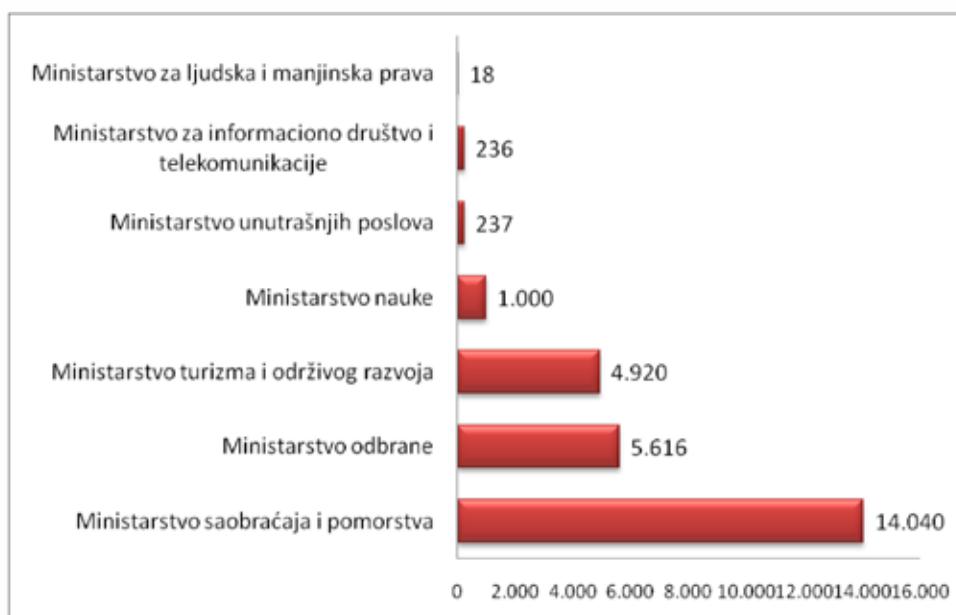
i finansiranje terorizma 2 527€). U ukupnom zbiru državnih organa, a minus ministarstva, postoji 20 onih, koji po dostavljenim odgovorima na naš zahtjev za slobodan pristup informacijama, nijesu potrošili ni cent za ove svrhe.



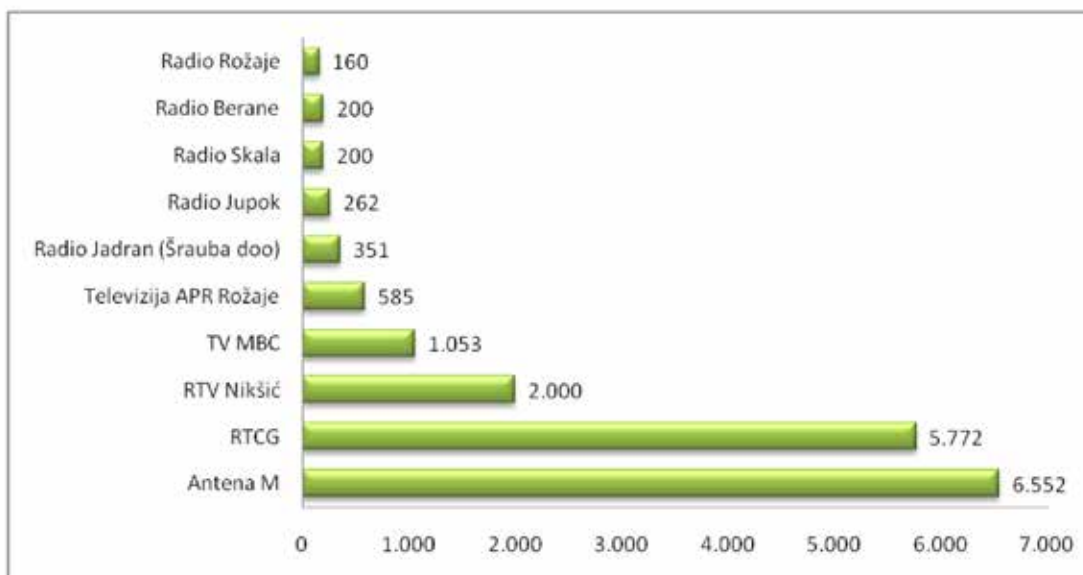
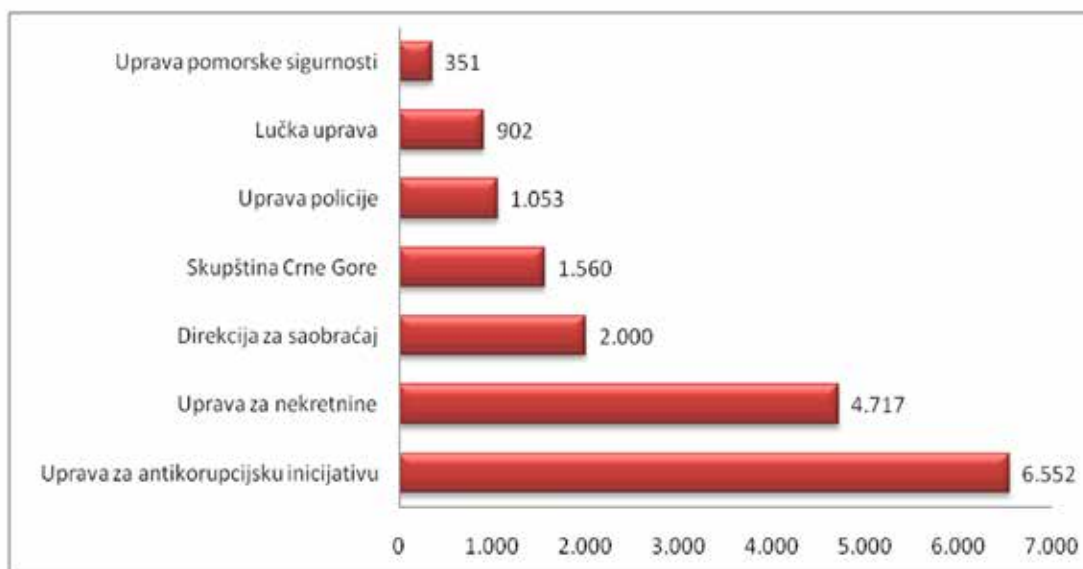
Skupština Crne Gore je ukupno potrošila 63 345€ što je za **16 116€** manje nego prošle godine (79.461€). Od te sume, Skupština je najviše izdvojila za usluge preduzeća „M.A.M.A“, koje se bavi press clipping-om i audio-video agencijskim uslugama kojoj je uplaćen iznos od **48 000 €**. Slijedi firma „Globex“ za usluge prenosa sjednica preko interneta i održavanje softvera za prenos kojoj je plaćeno **4 505€**. **Skupština Crne Gore je izdvojena u ovom izvještaju kako bi se vidio omjer troškova u izvršnoj i zakonodavnoj vlasti, ali je pri istraživanju tabelarno prikazana kao dio ostalih državnih organa i institucija, dok su ministarstva tretirana posebno.**

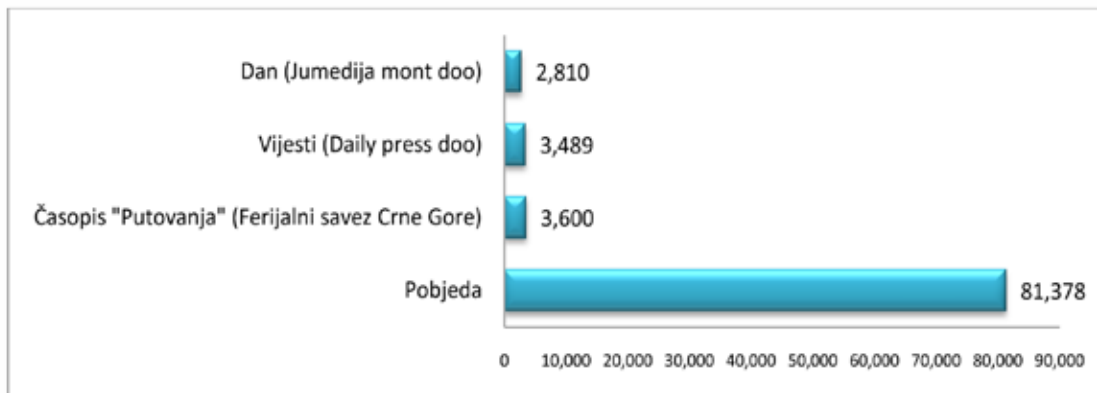


Najviše novca za promociju aktivnosti ministarstava na televizijskim i radio stanicama je izdvojeno za radio „Antenu M“, odnosno skoro 95% ukupnih sredstava, što u preciznoj cifri iznosi **24 576 €** (od čega je nešto preko **14 000 €** radio „Antena M“ dobila od Ministarstva saobraćaja i pomorstva) a što je za oko **10 000 €** više nego prošle godine kada se, takođe, na ovoj radio stanici najviše oglašavalo Ministarstvo saobraćaja i pomorstva (11 700€). Daleko iza radio „Antene M“ je televizija „Vijesti“ za koju je izdvojeno **1 000 €** (oko 4%) od strane Ministarstva nauke što je sedam puta manje nego prethodne godine kada je TV Vijesti izdvojeno 7 000€. Za Radio-televiziju Crne Gore je izdvojeno svega **473€**, koja se kao i prošle godine nalazi na dnu liste izdvajanja ministarstava za oglašavanje kada je riječ o radijskim i televizijskim stanicama. Tokom 2012, po podacima koje je CGO dobio, nikakva sredstva nijesu izdvojena za NTV „Montena“, koja je prema prošlogodišnjem istraživanju bila na prvom mjestu po uplaćenim sredstvima od strane ministarstava (19 720€, cjelokupna suma je bila uplaćena od strane Ministarstva saobraćaja i pomorstva). Osim za pomenute radio i televizijske stanice, ministarstva su reklamirala svoje aktivnosti samo još na radiju „Ulcinj“ za koje je izdvojeno **18€**.



Uporedno gledajući, za TV i radio stanice Ministarstvo saobraćaja i pomorstva je izdvojilo najviše novca 53,88% ili **14 404 €**, potom slijedi Ministarstvo odbrane sa nešto preko **5 000 € (5 616 €)** odnosno 21,54%. Novac za promotivne aktivnosti na televizijskim i radio stanicama je izdvojilo i Ministarstvo turizma i održivog razvoja - oko 18,87% ili **4 920 €**, slijedi Ministarstvo nauke, te Ministarstvo unutrašnjih poslova. Najmanje novca je izdvojilo Ministarstvo za ljudska i manjinska prava, svega **18€** ili 0,07%. Podsjećanja radi, prethodne godine je za TV i radio stanice Ministarstvo kulture izdvojilo najviše novca 36,68% ili blizu 32 000 € (u što je bio uračunat i iznos po osnovu konkursa za sufinansiranje medija), potom Ministarstvo saobraćaja i pomorstva nešto preko 30 000 € odnosno 35%.





Zanimljivo, Ministarstvo turizma i održivog razvoja je tokom 2012. uplatilo 400 000 € globalnoj TV stanici CNN (prethodne godine 500 000 €) i 100 000€ TV stanici BBC u okviru kampanje čiji je cilj bio turistička promocija države Crne Gore.

Kada je riječ o ostalim državnim upravama i institucijama, najviše novca je izdvojila Uprava za antikorupcijsku inicijativu **6 552 €** (cjelokupna suma uplaćena radiju „Anteni M“), potom Uprava za nekretnine **4 717 €** (oko 3 500€ za RTCG) što je za 17 803 € manje nego prethodne godine (22 520 €). Slijede Direkcija za saobraćaj, Uprava policije, Lučka uprava kao i Uprava pomorske sigurnosti koja je najmanji oglašivač na radiotelevizijskim stanicama. Kada govorimo o medijima, najviše novca izdvojeno je za radio „Antenu M“ **6 552 €**, za RTCG **5 772 €** i za RTV „Nikšić“ **2 000€** od strane ostalih državnih institucija. Primjetno je, međutim, da se radi o značajno manjim iznosima u odnosu na prethodnu godinu kada je najviše novca bilo izdvojeno za TV IN (blizu 22 000 €), za RTCG (14 087 €) i za radio „Antenu M“ (8 875 €) od strane ostalih državnih institucija.

Istraživanje je osim elektronskih medija obuhvatilo i štampane medije, portale i novinske agencije. Najviše novca za promociju aktivnosti ministarstava u štampanim medijima je ponovo uplaćeno dnevnom listu „Pobjeda“ - čak **81 378 €** ili 89,16% (a što je za 46 870 € manje nego prethodne godine). Za ND

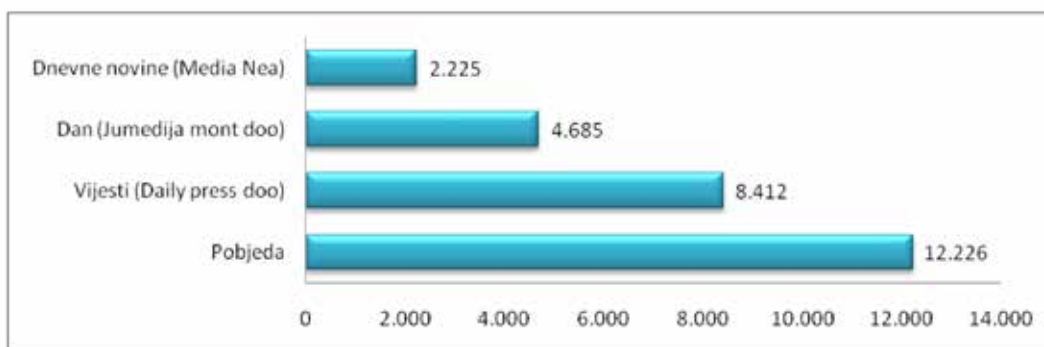


„*Vijesti*“ je uplaćeno **3 489 €** ili 3,82% (a što je za 6 429 € manje nego 2011). Za dnevne novine „*Dan*“ je izdvojeno **2 810 €** ili nešto malo više od 3% (a što je za 4 609 € manje nego 2011). Interesantno je da je više novca od dnevnih listova „*Vijesti*“ i „*Dan*“ izdvojeno za časopis „*Putovanja*“ Ferijalnog saveza Crne Gore, kojem je Ministarstvo turizma i održivog razvoja uplatilo **3 600 €**. Kada je riječ o ostalim dnevnim listovima, ni za „*Dnevne novine*“, ni za „*Blic Crna Gora*“ nijesu izdvojena nikakva sredstva od strane ministarstava, po podacima koje je tokom ovog istraživanja dobio CGO.

U navedene svrhe Ministarstvo odbrane je izdvojilo **38 744 €**, a cjelokupan iznos, kao i prethodne godine, je uplaćen za dnevni list „*Pobjeda*“ (s tim da je prošle godine Ministarstvo odbrane potrošilo 53 227 €). Slijedi Ministarstvo kulture koje je izdvojilo nešto preko **14 480€** (prethodne godine 31 502 €), takođe skoro stoprocentan iznos izdvojen za „*Pobjedu*“, zatim Ministarstvo turizma i održivog razvoja sa utrošenih **9 236 €** (prethodne godine 58 789€), Ministarstvo ekonomije **9 016 €** (prethodne godine 20 337€) itd. Najmanje od svih ministarstva u štampanim medijima se reklamiralo Ministarstvo za ljudska i manjinska prava koje je u 2011. godini potrošilo 13 830€, a u 2012. godine je utrošilo svega **187€** ili 0,21%

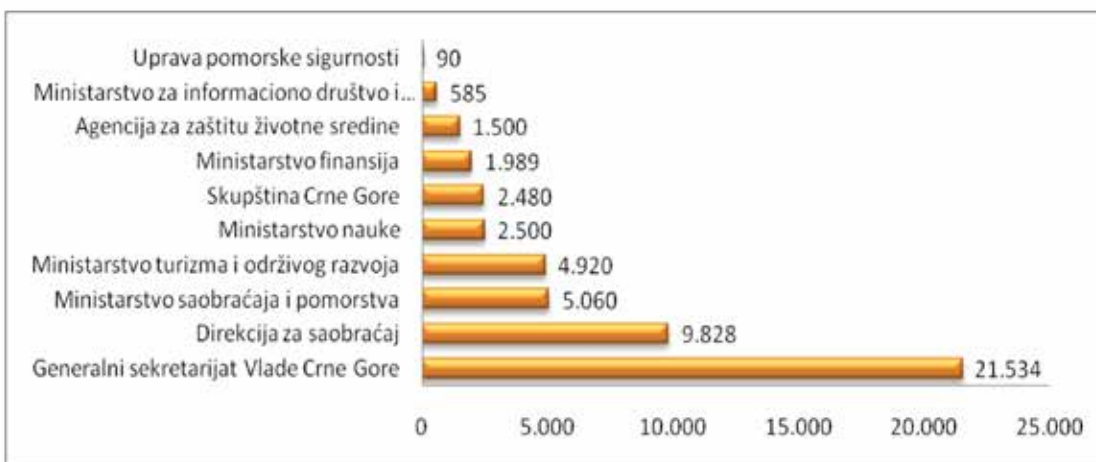
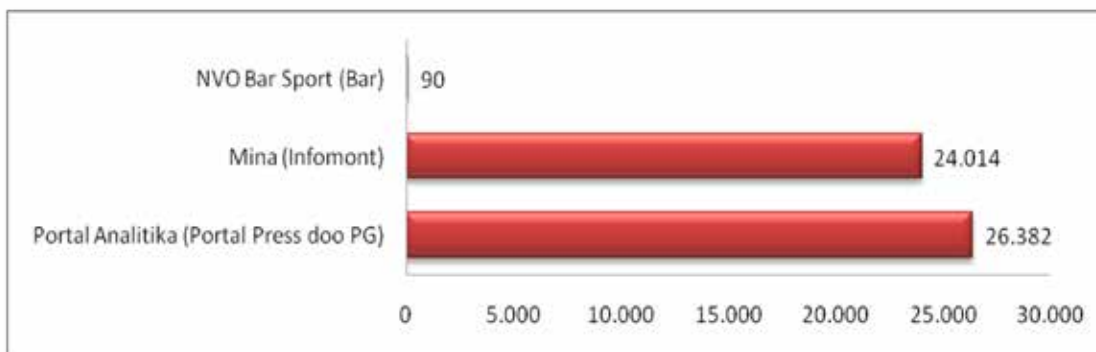
Među ostalim državnim organima, najviše novca za reklamiranje u štampanim medijima je izdvojila Uprava za nekretnine **38,70% ili 10.660€**. Za razliku od prošle godine kada je cjelokupna suma od 18 884 € potrošena za reklamiranje u dnevnom listu „*Pobjeda*“, tokom 2012. godine, Uprava za nekretnine se osim u „*Pobjedi*“ (4 580€), reklamirala i u ND „*Vijesti*“ (3 200€), kao i u dnevnom listu „*Dan*“ (2 880€). Slijedi Uprava za šume sa utrošenih **8 026 € ili 29,13%**, potom Poreska uprava, Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća, Veterinarska uprava, i na kraju Uprava pomorske sigurnosti koja je potrošila najmanje novca od ostalih državnih organa za reklamiranje u štampanim medijima, svega **116 €**. Najviše novca je, kao i kod ministarstava, izdvojeno za „*Pobjedu*“ **44,38% ili 12 226 €** (prethodne godine 61 121€), potom za „*Vijesti*“ **30,54% ili 8 124 €** (prethodne godine 5 824€). Za „*Dan*“ je izdvojeno **4 685€** (što je više u odnosu na prošlu godinu kada je to bilo 2 252 €), dok je na kraju za „*Dnevne novine*“ izdvojeno **2 225 €** i to najveći dio sredstava od Skupštine Crne Gore, koja se ovom izvještaju tretira zajednički sa ostalim organima državne uprave. Kao i kod ministarstava, jedini dnevni list čije usluge reklamiranja i oglašavanja nijesu koristili državni organi je list „*Blic Crna Gora*“.





Portali su, takođe, postali sve češći način putem kojeg se reklamiraju ministarstva i javne institucije. Tako je portalu „Analitika“ od strane ovih organa, na osnovu informacija koje je CGO dobio u 2012. godini uplaćeno **26 382 €** i to najviše od Direkcije za saobraćaj (**9 828€**) i Ministarstva saobraćaja i pomorstva (**5 060€**), koji su se i prethodne godine u značajnoj mjeri oglašavali na portalu „Analitika“ (a kojem je tokom 2011. uplaćeno 20 329 €). Interesantno je da prema podacima kojima raspolaže CGO, izuzetno čitanim portalima, poput portala Vijesti i CdM nije uplaćen niti jedan euro.

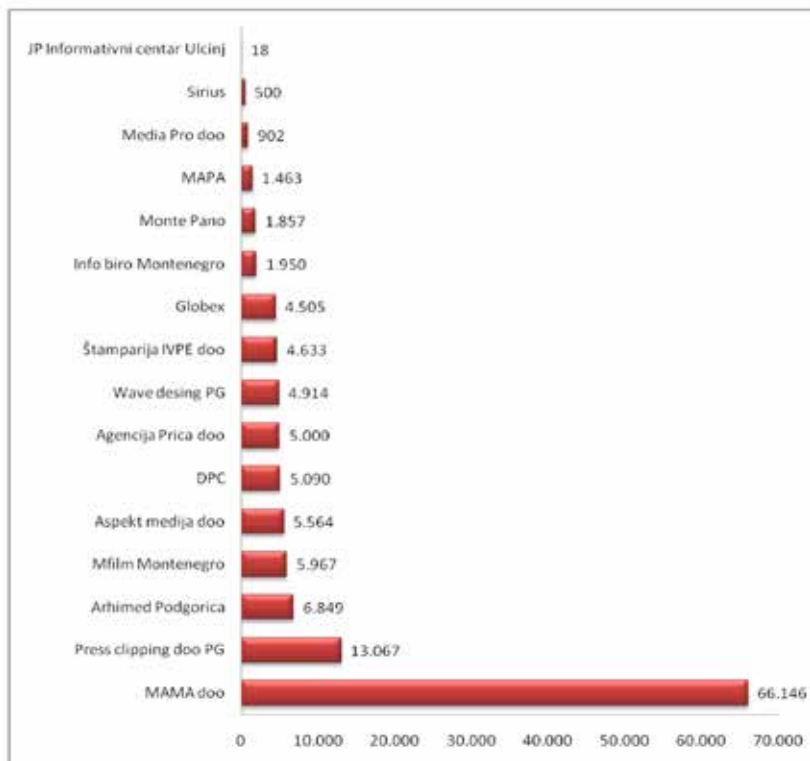
Kada govorimo o agencijama, novac je opredijeljen za usluge agencije MINA u iznosu od **24 014€**, i to **21 534€** od strane Generalnog sekretarijata Vlade Crne Gore koji je tu agenciju u najvećem broju slučajeva i angažovao. Suma koju je agencija MINA dobila predstavlja godišnju pretplatu na njihove informativne servise kojima su obuhvaćene sve državne institucije koje koriste njihov servis, jer MINA ne nudi usluge reklamiranja, niti ima specijalizovanu produkciju koju državni organi finansiraju. MINA je i tokom 2011. za iste usluge dobila 31.374€ i to 28.712€ od strane Generalnog sekretarijata Vlade Crne Gore.



Najmanji oglašivač u portalima ili korisnik agencijskih usluga je, interesantno, Ministarstvo za informaciono društvo i telekomunikacije **585€** i Uprava pomorske sigurnosti **90€**.

Vladine institucije su tokom 2012. angažovale i agencije za marketing, produkcijske kuće i slične agencije. Najveći korisnik takvih preduzeća, bilo je Ministarstvo kulture **9 994 €** (cjelokupna suma uplaćena agenciji „M.A.M.A.“). Slijedi Uprava za nekretnine **6 552 €**, zatim Uprava carina **5 967 €** koja je cjelokupnu sumu uplatila firmi „Mfilm Montenegro“ za pružanje usluga produkcije i postprodukcije, video i audio zapisa u HD tehnologiji o poslovanju Uprave

carina. Generalni sekretarijat je utrošio **5 386 €** za usluge press clippinga, a korisnik agencija za marketing i produkcijske kuće je u najmanjoj mjeri bilo Ministarstvo za ljudska i manjinska prava (**18€**). Kada je riječ o agencijama za marketing, produkcijskim kućama i sličnim agencijama, značajna sredstva su uplaćena i firmi „Press clipping doo“ **13 067 €** od strane Ministarstva turizma i održivog razvoja, Uprave pomorske sigurnosti, Ministarstva rada i socijalnog staranja, Uprave za javne nabavke, Zavoda za statistiku i Uprave za inspeksijske poslove.



Za međunarodne i regionalne medije, osim TV stanica CNN i BBC koje je angažovalo Ministarstvo turizma i održivog razvoja, Generalni sekretarijat Vlade Crne je tokom 2012. godine uplatilo 6 290 € agenciji Beta iz Beograda za potrebe informisanosti o zbivanjima u okruženju.

Tokom 2012. godine istraživanja javnog mnjenja nijesu bila u fokusu institucija, pa u te svrhe, prema podacima koje je CGO dobio, nije bilo nikakvih troškova.

Iako javna preduzeća nijesu bila poseban predmet istraživanja koje je CGO sproveo, na osnovu uočenih oglašavanja u medijima, jedan broj njih je uzet kako bi se ukazalo i na ovaj aspekt finansiranja medija. Stoga su zahtjevi za slobodan pristup informacijama za istu svrhu upućeni su Aerodromima Crne Gore, Morskom dobru, Agenciji za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Crnogorskom elektroprenosnom sistemu, kao i Elektroprivredi Crne Gore. Na zahtjev je CGO-u odgovoreno od strane JP Morsko dobro koje je utrošilo **23 476 € i Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost koja je za usluge reklamiranja potrošila **21 234€**. Najviše novca zbirno kada je riječ o ova dva organa dobio je portal „Analitika“ **9 371€**, potom radio „Antena M“ **6 669€**, zatim TV Vijesti sa **6 165€**. Elektroprivreda Crne Gore je odgovorila u okvirnim iznosima, bez specifikacije troškova, a koji se odnose na ukupan iznos od oko **20 000 €** opredijeljenih za štampane medije „Vijesti“,**



„Pobjeda“, „Dan“ i „Dnevne novine“, zatim oko **30 000 €**, koje su izdvojene za emitovanje sličnih komercijalnih usluga na portalima „Cafe del Montenegro“, „Analitika“, kao i na portalu radija „Antene M“, i na kraju **13 000 €** agenciji „M.A.M.A.“ za press kliping.

Zaključci i napomene

- **Budžetski obveznici su dužni da znaju u koje svrhe ide njihov novac i kakve koristi oni sami imaju od toga. Stoga, CGO ponovo preporučuje da ovakvi podaci, odnosno troškovi koji se odnose na marketinške i vezane usluge budu javno dostupni na sajtovima svih institucija.**
- **CGO cijeni pozitivnim što je shodno najavljenim štednjama u Budžetu smanjeno i oglašavanje i druge usluge za koja su sredstva uplaćivana medijima, agencijama i drugim vezanim firmama. Podaci koji su CGO-u dostavljeni tokom ovog istraživanja ukazuju da je došlo do smanjenja za 982 944 €, a značajne su i disproporcije u troškovima različitih organa u odnosu na prošlu godinu.**
- **CGO žali što i dalje ne postoje jasni i svima razumljivi kriterijumi poput povjerenja u medije, procjene čitanosti/gledanosti, kao i cjenovnika oglasnog prostora u odnosu na prethodne dvije kategorije prilikom izbora određenih medija, agencija i drugih preduzeća za marketinške i vezane usluge, a što podrazumijeva i striktno poštovanje Zakona o javnim nabavkama gdje god oglašavanje potpada pod norme tog zakona.**
- **Organi državne uprave i ministarstva moraju ažurnije da djeluju po osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama, te da poštuju zakonski predviđen rok do kada se podnosiocu zahtjeva mora odgovoriti, u čemu i dalje ne pokazuju dovoljnu revnost.**

*Damir Nikočević,
PR/Saradnik na programima*



Centar za građansko obrazovanje

Njegoseva 36/I

81 000 Podgorica

Crna Gora / Montenegro

Tel: + 382 20 665 112

Fax: + 382 20 665 327

Web site: www.cgo-cce.org

E-mail: info@cgo-cce.org