



РЕГУЛАТОРНО  
ТЕЛО ЗА  
ЕЛЕКТРОНСКЕ  
МЕДИЈЕ

Трг Николе Пашића 5  
11103 Београд, Србија  
www.rem.rs

**Број: 93/2025**  
**Датум: 27.01.2025.**  
**Београд**

## **ИЗВЕШТАЈ ЗА САВЕТ**

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

**ДЕЦЕМБАР 2024.**

ТАБЕЛА СА УКУПНИМ БРОЈЕМ УОЧЕНИХ НЕПРАВИЛНОСТИ

ПМУ	ТВ ПИНК	ТВ Б92	РТС 1	РТС 2	ХЕПИ ТВ	ПРВА
ЧЛАНОВИ ЗАКОНА						
21.3						9
21.4.1						3
29.1.1	6	1				7
29.1.2	139	1			15	40
30.1	7					
32	2				1	
33.4	19	23		2	2	1
33.5		1				13
34.1.2					12	
35.1	12	1			4	13
35.2			1	2		
37.3	4				6	
46.3.3						22
46.5					1	
65.2	2					16
65.6		12				
66.4	21				3	16
Укупно (појединачно)	212	39	1	4	44	140
Укупно (сви)	440					

## II НЕПРАВИЛНОСТИ - ПОЈЕДИНАЧНО ПО ПРУЖАОЦИМА МЕДИЈСКИХ УСЛУГА

### ТВ ПИНК

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

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

Уочено је 6 неправилности.

У програмским садржајима *Практична жена* неправилности су у вези са непосредним подстицањем – навођењем веб адресе путем које се може купити роба ([www.shopster.rs](http://www.shopster.rs)) и навођењем квалитета производа („Мерц специјал“).

У програмским садржајима *Брак на невиђено* неправилности су у вези са непосредним подстицањем – навођењем предности и места где се може купити или закупити роба („Брајд“ и „Диктат“).

У програмском садржају *Премијера викенд специјал* неправилност је у вези са непосредним подстицањем – навођењем квалитета производа („Хербафаст“), што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

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

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

Уочено је 139 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Ново јутро*, *Амици шоу*, *Премијера викенд специјал*, *Магазин ин*, *Звезде Гранда*, *Звезде Гранда: Специјал* и *Елита*. Неправилности се односе на непримерено појављивање ознаке производа или робних жигова различитих оглашивача у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије).

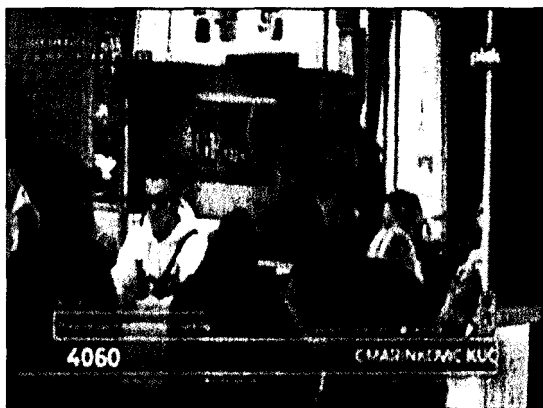
Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

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

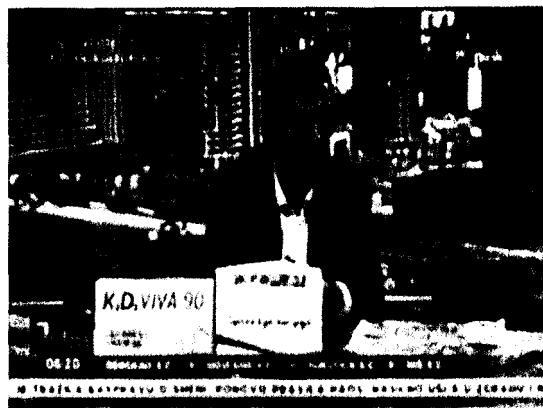
Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној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

Примери:

*Елита*, 2.12.2024.



*Ново јутро*, 4.12.2024.



Амиџи шоу, 3.12.2024.



Звезде Гранда, 7.12.2024.



**Члан 30 став 1** (Програмски садржаји у којима се пласира производ морају да буду јасно означени обавештењем о пласирању производа и то на почетку и на крају, као и након рекламних блокова, осим ако те програмске садржаје производи или наручује сам пружалац медијске услуге или са њим повезано лице у смислу закона којим се уређује положај привредних друштава.)

Уочено је 7 неправилности у програмским садржајима *Елита*, *Ново јутро* и *Звезде Гранда*. Није приказано обавештење о пласирању производа на крају.

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

Уочене су 2 неправилности. Приказано је оглашавање без одјавне шпице и необележано оглашавање (без најавне и одјавне шпице). Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

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

Уочено је 19 неправилности током приказивања вести (*Национални дневник*) и филма.

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

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

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

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

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

Уочене су 2 неправилности у програмским садржајима *Елита* и *Ново јутро*. Обавештење о спонзору није означено на крају.

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

Уочена је 21 неправилност. У програмским садржајима *Национални дневник* (програмски сегмент *Спорт*), *Ново јутро*, *Амици шоу*, *Звезде Гранда* и *Звезде Гранда: Специјал* односе се на непосредно подстицање навођењем квалитета и ефикасности робе или услуга више спонзора, што је у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

У програмском садржају *Магазин ин* неправилност се односи на коришћење покретне слике спонзора, што је у супротности са чланом 9 став 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* (Ако се приликом обавештавања о спонзору користи слика (нпр. ако се путем екрана присутног у сценографији приказује назив спонзора, слика његове робе, робне или услужне ознаке, или ако се то чини путем инсертера и сл.), она може бити само непокретна).

## ТВ Б92

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

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

Уочена је 1 неправилност у програмском садржају *Ауто мото шоу*. Неправилност је у вези са непосредним подстицањем – навођењем квалитета робе (Моторна уља и мазива брэнда „Елф“ компаније „Тотал енерџиз“), што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

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

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

Уочена је 1 неправилност у програмском садржају (емисији) *Ауто мото шоу*. Неправилност се односи на истицање квалитета од стране водитеља (Сингл ориџин 100% арабика кафа из Бразила у угоститељском објекту Вива на ОМВ бензинској станици).

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

Уочене су 23 неправилности током приказивања емисија вести.

**Члан 33 став 5** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање дечије емисије може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје ако је предвиђено трајање емисије дуже од 30 минута, и то једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочена је 1 неправилност у дечијој емисији *Сунђер Боб Коцкалоне* која је трајала краће од 30 минута.

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

Уочена је 1 неправилност. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

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

Уочено је 12 неправилности у програмском садржају (емисији) *Ауто мото шоу* и *Промо*. Спонзор емисије је државна организација Агенција за безбедност саобраћаја.

## **РТС 1**

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

Уочена је 1 неправилност. Приказано је оглашавање које траје дуже од 6 минута у једном пуном сату емитованог програма.



## РТС 2

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

Уочене су 2 неправилности током приказивања филмова.

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

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

## Национална ХЕПИ ТВ

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

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

Уочено је 15 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Квиз: Насловна страна* („Бохор“) и *Тирилица* („Смедеревац“, „Поштанска штедионица“). Неправилности се односе на непримерено појављивање ознака производа и робних жигова у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије). Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима:*

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

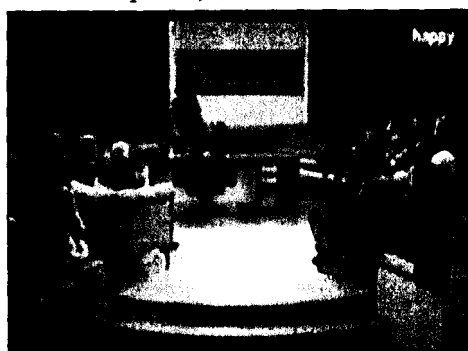
Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној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

Примери:

*Квиз: Насловна страна, 14.12.2024.*



*Ђурилица, 23.12.2024.*



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

Уочена је 1 неправилност. Приказано је оглашавање без одјавне шпике. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

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

Уочене су 2 неправилности током приказивања вести (*Телемастер*).

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

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

Уочено је 12 неправилности.

У програмским садржајима (емисијама) *Тирилица* приказано је оглашавање (инсертер „МТС“) упоредо са емисијом, које звуком, сликом или просторно није одвојено од програмског садржаја током чијег трајања је емитовано.

У програмском садржају (емисији) *Добро јутро, Србијо* приказано је оглашавање (инсертер „Интернешенел хелт“) упоредо са емисијом, које звуком, сликом или просторно није одвојено од програмског садржаја током чијег трајања је емитовано.

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

Уочене су 4 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

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

Уочено је 6 неправилности. Односе се на приказивање ТВ продаја као посебних програмских садржаја у оквиру других програмских садржаја (*После ручка и Боља земља*).

**Члан 46 став 5** (Изузетно од забране оглашавања из става 1. овог члана, дозвољено је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола већим од 20% у електронским медијима у термину од 23:00 до 06:00 часова.)

Уочена је 1 неправилност. Приказано је оглашавање алкохолног пића са садржајем алкохола већим од 20% („Атлантик водка“) ван дозвољеног периода.

26.12.2024. 18:54:22 - 18:54:40.



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

Уочене су 3 неправилности у програмском садржају *Ђурилица*. Неправилности се односе на непосредно подстицање навођењем квалитета услуге и робе спонзора („МТС“, „Поштанска штедионица“, Рубинов „Вињак“).

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

## **ПРВА**

**Члан 21 став 3** (Током дечије емисије, односно емисије која је намењена малолетницима, могу се емитовати само огласне поруке и поруке ТВ продаје које су прикладне за дечији узраст, односно за узраст малолетника.).

Уочено је 9 неправилности. Током дечијих емисија *Лагалица* приказане су огласне поруке „Халк“ банке, а приказано оглашавање банкарских услуга није прикладно за дечији узраст.

**Члан 21 став 4 тачка 1** (У смислу става 3. овог члана, током и најмање десет минута пре или након емитовања дечије емисије, односно емисије намењене малолетницима, нарочито није дозвољено емитовати огласне поруке и поруке ТВ продаје којима се препоручују:

1) алкохолна пића)

Уочене су 3 неправилности. Током дечије емисије *Лагалица* емитоване су огласне поруке за пиво „Стела артоа“ и „Никшићко пиво“.

Пример: *Лагалица*, 26.12.2024. 11:57:06 крај 11:57:07.



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

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

Уочено је 7 неправилности у програмским садржајима *Радна акција са Тамаром* и *Јутро*. Неправилности су у вези са непосредним подстицањем – навођењем квалитета, ефикасности, веб адресе, предности производа или услуга више предузећа, што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

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

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

Уочено је 40 неправилности.

У програмским садржајима (емисијама) *Радна акција са Тамаром* неправилности се односе на коришћење крупних кадрова производа компаније К Плус Рода-Меркатор.

У програмским садржајима *Јутро* неправилности се односе на непримерено појављивање ознаке производа („Биофар“) у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије).

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

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

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

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

Уочена је 1 неправилност током приказивања филма.

**Члан 33 став 5** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање дечије емисије може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје ако је предвиђено трајање емисије дуже од 30 минута, и то једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочено је 13 неправилности у дечијим емисијама *Лагалица* које су трајале краће од 30 минута.

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

Уочено је 13 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

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

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

Уочене су 22 неправилности које се односе на приказивање огласних порука за пиво „Стела артоа“ и „Никшићко пиво“ у блоку огласних порука ван дозвољеног периода.


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

Уочено је 16 неправилности у програмским садржајима *Радна акција са Тамаром* и *Скијом по Балкану*. Обавештење о спонзору није означено на крају.

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

Уочено је 16 неправилности у програмским садржајима *Промо и Јутро*. Односе се на непосредно подстицање навођењем рекламног слогана којим се подстиче куповина услуге спонзора „Биофар“ („Витамин Ц ацерола 1000 – За снажан имунитет, 100% природно, брзо дејство, висока ефикасност, бр.1 у апотекама“) и „Биофар“ (27 витамина и минерала, 100% природно, брзо дејство, висока ефикасност“) што је у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

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

Служба за надзор и анализу  
Марио Брудар,  заменик начелника