

куп
ова
ње ме
дија
а.



Уредник Драгана Матовић
Аутори Милан Павлица, Снежана Ђурић
Дизајн Марко Стојановић
Издавач Удружење Еутопија; Едиција Пиштаљна
Штампа Алта нова
Београд, јун 2018.



04	УВОД
08	ДРЖАВНА ПРЕДУЗЕЋА И ИНСТИТУЦИЈЕ КОЈА НАЈВИШЕ ТРОШЕ НА ОГЛАШАВАЊЕ
38	ОСТАЛА ЈАВНА ПРЕДУЗЕЋА И ДРЖАВНЕ ИНСТИТУЦИЈЕ И АГЕНЦИЈЕ
54	МИНИСТАРСТВА У ВЛАДИ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Купова њеме. дија.

Утицај државног
оглашавања на
тржиште јавног
информисања
у Србији







Државне фирме које су монополисти на тржишту највећи су оглашивачи у Србији и дају највише новца за рекламирање својих услуга које немају никакву конкуренцију. Поуздан податак о томе колико новца држава даје медијима за оглашавање ипак не постоји јер се новцем намењеним оглашавању пре свега купује политички утицај у медијима, па се зато и траг тог новца крије.

И медији и држава на разне начине скривају колико новца се троши за оглашавање: послушни и подобни медији добијају рекламе највећих компанија у држави, они други не. Укидање реклама одувек је било врло ефикасан начин дисциплиновања медија.

У јавним регистрима и базама које прате тонове јавних средстава тешко се може испратити колико новца за оглашавање иде ном медију. Најуноснији послови за оглашавање склапају се директним погодбама или на тендерима чије услове може да задовољи само једна фирма – она којој је посао намењен. Посао се уговара преко посредника да би се сакрио траг новца и посредницима омогућила зарада, глуми се законитост, изигравају се прописи, испуњава форма на начин да се чак и не скривају намере, а у томе учествују медији заједно са државом. Иако је држава изашла из власништва већине медија у Србији, она је и даље највећи оглашивач у медијима и новац који она на тај начин даје за неке медије значи опстанак.

Ова анализа је покушај Пиштаљке да истражи колико новца држава даје медијима за оглашавање. Ослонили смо се на званичне информације добијене коришћењем Закона о слободном приступу информацијама од јавног значаја.

Пиштаљка је по овом закону захтевала информације о плаћањима, уговоре о оглашавању и сличне медијске споразуме, од Управе за трезор и од 65 јавних предузећа, министарстава, државних институција, агенција и медија за 2016. и 2017. годину. На захтев Пиштаљке одговорило је њих 36.

Нека велика јавна предузећа попут Теленома Србија, који је један од највећих оглашивача у земљи и најприсутнији у медијима, одбила су да дају информације, иако су законом обавезани да то чине. Та јавна предузећа крше Закон о слободном приступу информацијама од јавног значаја и у свим другим случајевима правдајући то пословном политиком и пословним тајнама.

Подаци Управе за трезор не откривају сва давања из буџета медијима јер региструју само рачуне у Трезору, не и оне у пословним банкама. Баш зато већина јавних предузећа, која су највећи оглашивачи уземљи, има своје рачуне у пословним банкама које немају обавезу достављања информација по Закону о слободном приступу информацијама од јавног значаја.

Укрштањем податана из Трезора, из уговора и споразума државних институција са медијима које су нам достављале државне институције и компаније и медији, као и податана из регистра јавних набавки често се уочавају неслагања у износима која су медији и те државне фирме правдали на разне начине, тврдећи чак да уочена разлика у приказаном новцу не представља оглашавање већ донације медијима чији разлог дародавци нису умели да објасне.





У наставку ће бити приказани обједињени и систематизовани подаци извучени из стотина страница уговора и других врста писаних информација чији творци, чини се, нису имали амбицију да информације буду јасне и транспарентне. Подаци не пружају комплетну слику тржишта оглашавања у Србији које је највећим делом и даље скривено од очију јавности баш због циља који се тим новцем постиже и утицаја који се њиме купује. Међутим, наредне информације дају јасну слику о коликом новцу и утицају се ради, али још једном потврђују да ни једна власт не мења механизме манипулације, а врло често ни извршиоце радова. ●

КУПОВАЊЕ МЕДИЈА

II ————— Државна предузећа и институције која највише троше на оглашавање

др
прежав
дуна
зећа

и институције
која највише
троше на
оглашавање



Највећи оглашивачи у Србији који, према доступним подацима, троше највеће суме за рекламирање и оглашавање јесу управо она предузећа која немају конкуренцију и чије место на тржишту је гарантовано државним ауторитетом. Прва три оглашивача на листи су Државна лутрија Србије, Пошта Србије и Електромрежа Србије.

Апсурдима ту није крај. На листи десет највећих оглашивача налазе се и државна предузећа која су у реструктурирању остала без делатности коју су обављала и која у реалности и немају шта да рекламирају, нити да оглашавају. Такав је случај са Железницама Србије које се више не баве ни превозом путника, ни бригом о путној мрежи и које су оптерећена дуговима према радницима који су ову државну фирму тужили и добили обештећење на суду. Иако немају новца да намире дугове према радницима, Железнице Србије имају вишемилионски буџет за оглашавање који делом троше и за рекламирање страних фирми које граде путеве и пруге по Србији. И ту није крај, јер и поред двадесет двоје запослених у медијском центру Железнице, та фирма плаћа агенцију која ће производити садржај попут вести о активностима у градњи путева.

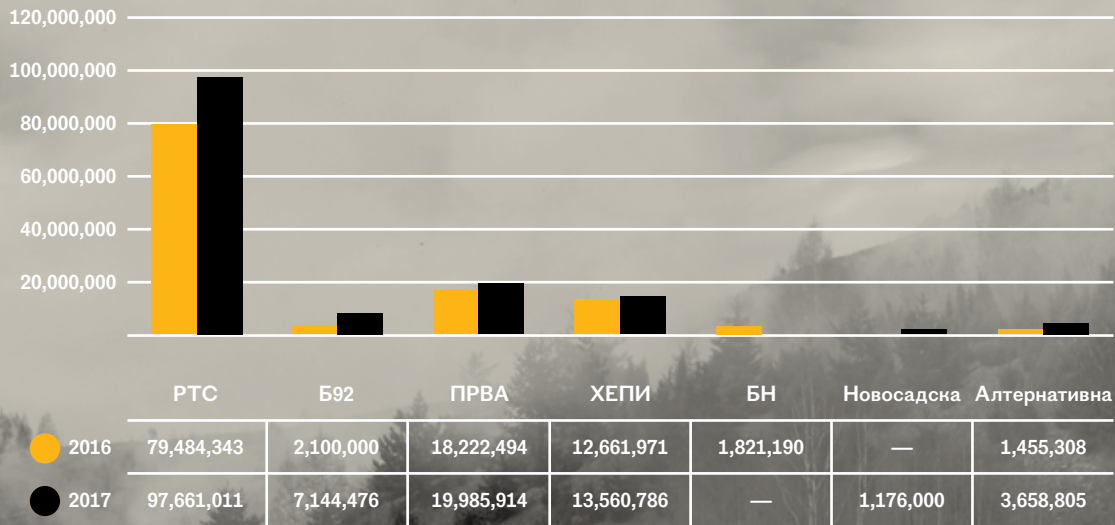
Табела 1.

Највећи оглашивачи међу државним компанијама и институцијама¹ (збирно за 2016. и 2017. годину)

1. Скоро сва поменута јавна предузећа већи део новца пласирају директно прено својих рачуна у комерцијалним банкама, мада нека од њих користе услуге Управе за трезор.

Државна лутрија Србије	280.266.290 РСД
Пошта Србије	47.546.795 РСД
Електромрежа Србије	21.602.020 РСД
Развојна агенција Србије	17.613.928 РСД
ЈП Електропривреда Србије	9.900.384 РСД
Управа царина	8.912.320 РСД
Снијалишта Србије	5.449.600 РСД
ЈП Дирекција за грађевинско земљиште и изградњу Београда	4.331.937 РСД
Републичка дирекција за имовину Републике Србије	3.810.876 РСД
Железнице Србије а.д.	3.154.186 РСД

Износи које је Лутрија исплатила за
оглашавање у 2016. и 2017. години за ТВ



ДРЖАВНА ЛУТРИЈА СРБИЈЕ



Према доступним подацима из 30 уговора и анекса које је Пиштаљка добила од Државне лутрије по Закону о слободном приступу информацијама од јавног значаја може се закључити да су средства која то предузеће издваја за оглашавање значајно већа од свих других институција, државних органа и предузећа. ДЛС је за две испитиване године потрошила нешто више од 280 милиона динара за оглашавање.

Сва средства су пласирана са комерцијалних рачуна Лутрије, будући да ових пласмана нема у извештајима Управе за трезор које је Пиштаљка добила.

Највећи део средстава ДЛС троши на плаћање телевизијског емитовања емисија игара на срећу – Лото и Бинго, које се воде као оглашавање овог предузећа. У складу са тим, за оглашавање у штампи и на радију, за промотивне активности и мониторинг медија укупно одлази десет пута мање новца него на ТВ рекламу.

РТС два пута седмично емитује „Лото 7 од 39”, а телевизија Хепи једном недељно емисију „Бинго”. Емисије се емитују у ударном термину, трају десет минута. Телевизије осмишљавају сценарио, ангажују водитеље и обезбеђују сценографију. На медијско идејно решење Државна лутрија Србије даје сагласност.

У уговорима који су склопљени између РТС-а и ДЛС-а, али и Хепија и ДЛС-а, предвиђено је да овим медијским нућама припадне и део од промета Државне лутрије Србије, једнократна накнада за израду најавне шпице, а да додатно буду плаћене за оглашавање.

Рачуница на основу које су формиране цена на које је пристала Државна лутрија Србије није најјаснија. Емисија Бинго на Хепију кошта Државну лутрију Србије више (1820 евра по емисији) него емитовање емисије Лото на далено гледанијем Првом програму јавног сервиса. За емитовање шоу програма Лото Државна лутрија Србије плаћала је током 2017. године РТС-у 104.072 динара, а 2016. године 144.072 динара по емисији.

Једнократна накнада за израду најавне шпице такође је скупља на Хепију, али ова телевизија добија значајно мањи проценат од промета ДЛС.

Уговор о оглашавању који РТС има са Лутријом гарантује јавном сервису минимум 597.500 евра годишње. Уговором који Хепи има са Лутријом није одређен гарантован износ већ зарада зависи од гледаности програма.

ДЛС се, осим на РТС-а и телевизији Хепи, оглашава и на свим преосталим телевизијама са националном фреквенцијом – осим на РТВ Пинк. Реклама ДЛС-а се емитује и на војвођанском јавном сервису. Укупан износ који Лутрија издваја за оглашавање на свим осталим телевизијама осим РТС и Хепи износи 55,5 милиона динара у периоду од две године.

Крајем 2017. године Државна лутрија Србије одлучује да се оглашава и на кабловским каналима. Према уговорима потписаним крајем 2017. године ДЛС је требало да плати 19.469 евра маркетиншкој агенцији CAS MEDIA (Кас медија) која продаје огласни простор на кабловским каналима Н1, Спорт клуб, Синеманиа, Дива и Топ, а фирми HD Win за исту услугу на каналима Арена спорт 13.489 евра. Ови износи су уплаћени у 2018. години.

На страници „О нама“ на сајту Лутрије (ДЛС) стоји банер са натписом: „Више од 22.000.000.000 (22 милијарде) динара кроз буџет враћено грађанима Србије. Играјући наше игре помажете оне којима је помоћ неопходна“. На интернет страници се наводи да се из средстава Лутрије, а путем буџета Републике Србије, финансирају социјално-хуманитарне, спортске и културне организације, организације особа са инвалидитетом, предузећа и установе које спроводе програме унапређења положаја грађана и слично.

Сума коју су, како тврде у Лутрији, вратили у буџет вероватно се односи на више година с обзиром на то да су 2017. године, према подацима из АПР-а, имали приход од 4,5 милијарди динара и нето добитак од 208 милиона динара.



ЈП Пошта Србије за две године потрошило је 47,5 милиона динара за оглашавање. Имајући у виду да ово јавно предузеће има у многим својим услугама монопол на тржишту и могућност оглашавања у сопственим просторијама, с обзиром на број грађана који долази у филијале овог предузећа, питање је оправданости буџета за оглашавање.

Пошта је на неколико тендера бирала фирму Медиа поинт за услуге оглашавања. Ова фирма је закупца, односно препродавац огласног простора, а на тендерима често успева да победи и оне чији огласни простор продаје, као што су Блиц, Данас, Политика, Новости и други листови. Пошта је уговорила оглашавање и у следећим медијима: Радио-телевизија Србије, ТВ Пинк, Радио С, портал Телеграф, Политика, Вечерње новости, Курир, Информер и Данас.

Власник 100 одсто удела у Медиа поинту је Драган Јешић кога су београдски таблоиди својевремено повезивали са бившим градоначелником Београда Драганом Ђиласом. Ова фирма је у 2016. години 17% укупних пословних прихода стекла од државних органа, узимајући у обзир податке Управе за трезор и уплате ЈП Поште у тој години. Пословни приходи Медиа поинта у 2016. години, по извештају Агенције за привредне регистре, износили су 397.799.000 динара. Управа за трезор забележила је да у 2016. години овој фирми плаћено 41.701.274 динара са рачуна Поште, а документа која је Пиштаљна добила од ЈП Пошта Србије показује да је ово предузеће уплатило Медиа поинту 26,2 милиона динара.

Медиа поинт је привредно друштво које је било фаворит и на конкурсима Града Београда за послове оглашавања. Иако је посао добијала у претходне три године, за шта јој је уплаћено око 200 милиона динара, на овогодишњем конкурсима није била првопласирана. Београд је за 90 милиона динара добио новог агента за послове оглашавања, привредно друштво „Nova Communications“ Јасмине Стојанов, познате по томе што је била шеф информативне службе некадашњег

председника Србије Бориса Тадића. Ову фирму основао је медијски саветник бившег председника Тадића Небојша Крстић, сада члан Управног одбора РТС-а, који је био шеф Јасмини Стојанов у време док су радили у кабинету Бориса Тадића.

Због јавних конкурса који се расписују за одређеног понуђача настао је и термин „тендери са сликом“. Тако је Пошта у 2018. години расписала тендер за оглашавање у дневним новинама и електронским медијима у коме упада у очи подешавање партија према циљаним медијима. Тако на пример партија 1 предвиђа услов да дневне новине излазе 100 година – једини такав медиј у Србији је Политика. Партија 2 за оглашавање у електронским медијима предвиђа да „телевизија треба да емитује домаћи и страни програм високог квалитета у континуитету минимум 24 године, као и да емитује јутарњи програм свих седам дана у недељи, емисије

3. ТЕХНИЧКЕ СПЕЦИФИКАЦИЈЕ ЗА ЗАКУП ОГЛАСНОГ ПРОСТОРА У ШТАМПАНИМ МЕДИЈИМА



Партија I

Услуга подразумева закуп огласног простора у једним дневним новинама које се објављују у Републици Србији и које су доступне на читавој територији Републике Србије, као и у Црној Гори, а за објављивање огласа Предузећа.

Потребно је да дневно издање новина садржи актуелне вести и рубрике о друштвено-политичком животу у земљи, земљама у региону и иностранству, као и садржаје посвећене економији, култури и спорту.

Неопходно је да дневне новине имају додатак о кућама/некретностима, додатак о култури, ТВ додатак, као и додатак (недељом) магазинског/репортажног типа који има садржаје о здрављу, белешке са путовања и репортаже. Потребно је да су додаци континуирано објављивани минимум по једном недељно у месецима фебруар и март 2017. године.

Потребно је да се дневне новине објављују у континуитету не мање од 100 година.

Потребно је да дневне новине у последња два месеца од момента објављивања позива за подношење понуде остварују просечан дневни штампани тираж од 69.000 примерака у посматраном периоду. Оглас је потребно објавити у форматима огласног простора и у оквираном броју објава као у табели у наставку. У табели је дат оквиран број објава (објава неће бити петком), а коначан број објава реализоваће се у складу са јединичним ценама које ће Понуђач дати у понуди. Наручилац задржава право да одустане од процењених количина огласа (исказаних у форматима и оквирним бројевима објава у табели).

информативног карактера (дневник-вести) минимум три пута дневно (трајање емисије најмање од 20 минута) и политичне дуеле, популарне серије, филмове, теленовеле, забавно музички и ток-шоу програм“. Телевизија Пинк основана је 1994. године, дакле тачно пре 24 године, што је био услов тендера, а и остали критеријуми савршено одговарају опису ове телевизије.

Осим Медиа поинта, Пошта је користила и услуге продукцијске куће Инфобиро д.о.о. за које је у 2016. и 2017. години платила око 3,4 милиона динара. Инфобиро већ више од десет година ради за различите државне органе тако што снима догађаје на којима се појављују званичници и потом тај материјал без надокнаде уступа комерцијалним телевизијама и јавном сервису.

Осим услуга праћења и извештавања о активностима Поште, Инфобиро је уговорио и израду идејног решења за интегрисану маркетинг кампању за комерцијалне услуге Поште. И новинска агенција Бета је у јавној набавци 2017. године добила сличан посао, односно да извештава о активностима Поште Србије за цену од 540.000 динара. Инфобиро је био задужен за видео материјал, а Бета за текстове.

ПОШТА

Партија II

Услуга подразумева закуп огласног простора у једним дневним новинама које се објављују у Републици Србији и које су доступне на читавој територији Републике Србије, као и у Црној Гори, а за објављивање огласа Предузећа.

Потребно је да дневно издање новина свакодневно садржи актуелне вести о друштвено-политичком животу у земљи, земљама у окружењу и иностранству, као и редовне садржаје посвећене економији, култури, спорту као и репортаже и фељтоне посвећене значајним темама, догађајима и личностима из ближе и даље прошлости Србије.

Неопходно је да дневне новине, поред основног садржаја, имају редакцијске додатке чији је садржај наменски креиран тако да детаљно обрађује теме посвећене: култури, здрављу, баштенским радовима и култури становања, аутомобилизму, туризму, као и додатак (недељом) колажног типа и ТВ додатак. Потребно је да су додаци континуирано објављивани минимум једном недељно у месецима фебруар и март 2017. године.

Потребно је да се новине објављују у континуитету не мање од 60 година.

Рингиер Аксел Шпрингер је у 2017. години од Поште добио две уплате на основу поступка јавних набавки – од 2.845.200 динара (за дневне новине „Блиц“) и 2.929.200 динара за закуп огласног простора у листу „Ало“ у 2017. години. Према подацима које нам је Пошта доставила Блицу је уплаћено 1.140.000 динара, а листу Ало 477.600 динара. Медијска мрежа, издавач Српског телеграфа за исту намену добила је 2.610.000 динара.

Пошта је у 2017. години организовала и јавну набавку за услуге одражања свог Фејсбук профила. Услуга између осталог подразумева „осмишљавање и постављање постова, занимљивих линкова везаних за поштанске активности и занимљивости, непосредно или посредно везане за теме од интереса за поштански саобраћај“. На тендеру је победило привредно друштво Либра консалтинг (Libra Consulting) Јелене Ђанковић из Београда, а уговорена цена је 1.075.600 динара без ПДВ-а.



Партија III

Услуга подразумева закуп огласног простора у једним дневним новинама које се објављују у Републици Србији и које су доступне на читавој територији Републике Србије, као и у Црној Гори, а за објављивање огласа Предузећа.

Потребно је да дневно издање новина садржи актуелне вести о друштвено-политичком животу у земљи, земљама у окружењу и иностранству, као и садржаје посвећене економији и култури, спорту и забави.

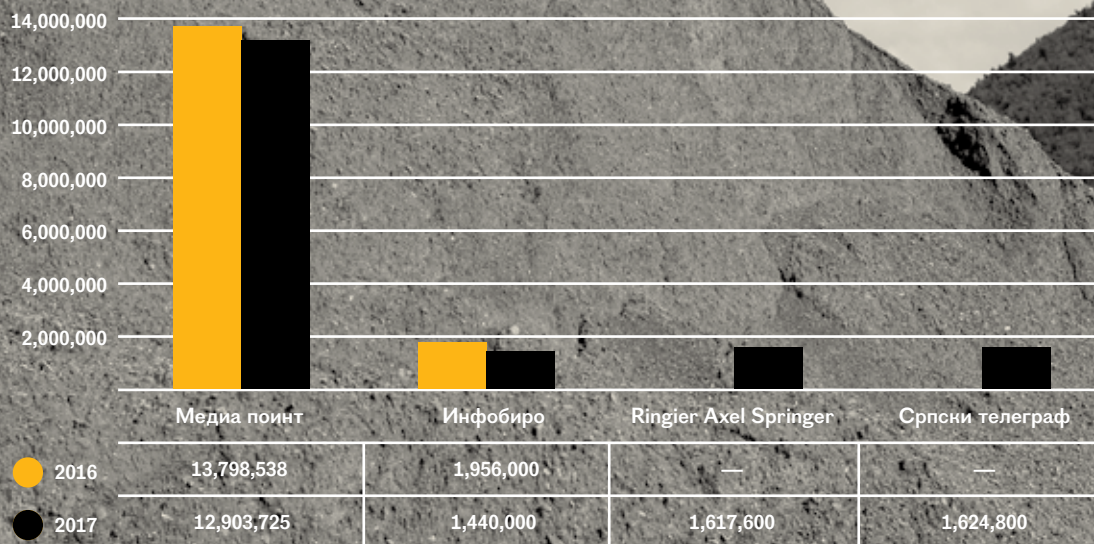
Неоподно је да дневне новине имају додатак посвећен пензионерима сваке друге седмице у месецу и посебан редакцијски додатак о здрављу који се објављује сваке седмице. Потребно је да су додаци континуирано објављивани у месецима фебруар и март 2017. године, у назначеној динамици.

Потребно је да се дневне новине објављују у континуитету не мање од 13 година.

Потребно је да у последња два месеца од момента објављивања позива за подношење понуде, дневне новине остварују просечан дневни штампани тираж - у посматраном периоду, већи од 155.000 примерака.

Оглас је потребно објавити у форматима огласног простора и у оквирном броју објава, а као у табели у наставку. У табели је дат оквиран број објава, а коначан број објава реализоваће се у складу са јединичним ценама које ће Понуђачи дати у понуди. Наручилац задржава право да одустане од проценених количина огласа (исказаних у форматима и оквирним бројевима објава у табели).

Пошта Србије Оглашавање и услуге маркетинга



Партија VI

Услуга подразумева закуп огласног простора у једним дневним новинама које се објављују у Републици Србији и које су доступне на читавој територији Републике Србије, као и на територији Црне Горе, а за објављивање огласа Предузећа.

Потребно је да дневно издање новина садржи актуелне вести о друштвено-политичком животу у земљи, земљама у окружењу и иностранству, као и садржаје посвећене економији и култури.

Неопходно је да дневне новине имају редован додатак посвећен бизнису и викенд додатак где се у дужим аналитичким формама прате културна и шира друштвена дешавања, који се континуирано објављивао једном недељно током фебруара и марта 2017.

Поред редовних додатака потребно је да дневне новине током године објављују посебна издања додатака посвећених: културним манифестацијама попут БИТЕФ-а и ФЕСТ-а; и специјализоване додатке који су посвећени важним датумима попут Међународног дана жена и Међународног дана старих. Неопходно је да дневне новине имају дугу традицију припреме и објављивања специјализованог додатка о образовању у последних 10 година бар два пута годишње.

Потребно је да се новине објављују у континуитету не мање од 19 година.

Потребно је да су дневне новине у последња четири месеца од момента објављивања позива за подношења понуде оствариле укупан продати тираж од минимум 400.000 примерака укупно у посматраном периоду. Оглас је потребно објавити у форматима огласног простора и у оквирном броју објава, а као у табели у наставку. У табели је дат оквиран број објава, а коначан број објава био би реализован у складу са јединичним ценама које ће Понуђач дати у понуди. Наручилац задржава право да одустане од процењених количина огласа (исказаних у форматима и оквирним бројевима објава у табели).



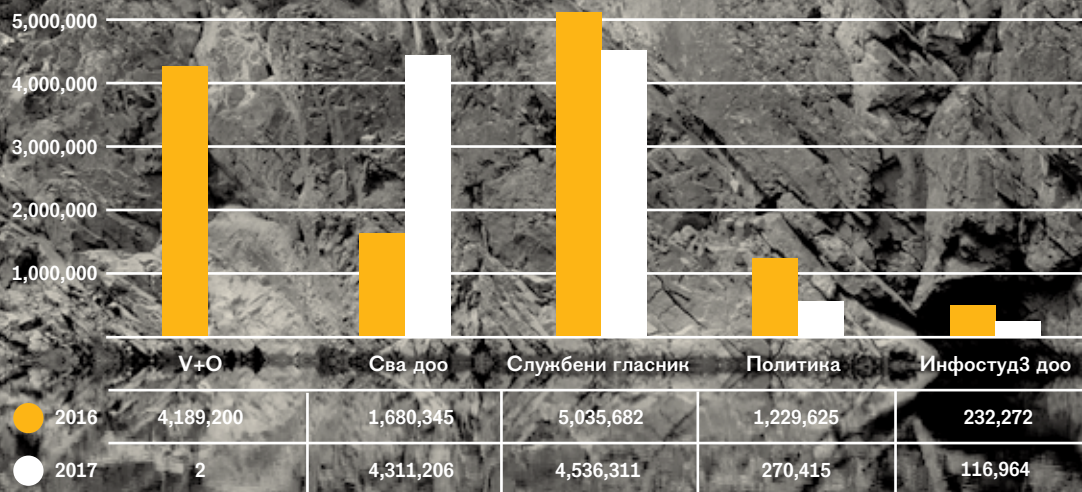
Електромрежа Србије је за две године потрошила 21,6 милиона динара на оглашавање и маркетинг. И ово предузеће има монопол на тржишту па се може поставити питање циљева њихове медијске промоције за чије спровођење су ангажовали маркетиншку агенцију СВА д.о.о. из Београда. За ову услугу ЈП Електромрежа платило је укупно мало мање од шест милиона динара.

Маркетиншка агенција СВА има разгранато пословање са јавним предузећима и државним органима (ЈП Скијалишта Србије, Развојна агенција Србије, Министарство грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре), а у 2017. бележи нето добитак од скоро седам милиона динара. Сувласници ове фирме су Бојан Јоксимовић (51%), Мирно Мандић (21%), Предраг Зорић (21%) и Мирјана Мандић (6,5%). Законски заступник је Мирно Мандић.

Пројектни задатак фирме СВА био је да организује два компанијска скупа, фотографисање у Београду и ван Београда, снимање дроном, продукцију корпоративног филма, праћење медијских објава, закуп огласног простора у Вечерњим новостима, Политици, Куриру, Блицу, Информеру, Данасу. Овај уговор је и једини уговор који нам је „Електромрежа” доставила уз листу исплаћених средстава.

ЕМС нам је доставио и информацију да је за 4.2 милиона динара ангажовао агенцију В+О д.о.о. Београд, која се бави комуникацијама тј. односима са јавношћу. Власник овог привредног друштва је фирма из Грчке, а у портфолију клијената се углавном истичу предузећа из ове јужнобалканске земље која послују на територији Србије.

Трошкови за оглашавање ЕМС



РАЗВОЈНА АГЕНЦИЈА СРБИЈЕ (РАС)



Развојна агенција Србије је агенција Владе Републике Србије основана за подстицање директних улагања, промоције и повећања извоза, развоја и унапређења конкурентности привредних субјеката, угледа и развоја Републике Србије у области привреде и регионалног развоја.

Ступила је на сцену уместо у јавности компромитоване агенције СИЕПА која је расформирана после скандала са откривеном електронском поштом која је јавности показала неодговоран однос запослених према јавним средствима.

РАС је озбиљно схватио рад на имиџу па је током две године које су биле предмет истраживања Пиштаљке, платила агенцији СВА д.о.о. нешто мање од три милиона динара за израду и реализацију интегрисаног плана промоције године предузетништва.

СВА је изабрана на тендеру мале вредности, из другог покушаја, у конкуренцији са још две фирме. У првом покушају, у јуну 2017. године, за овај посао се пријавило седам фирми. Тендер је у првом покушају био поништен због „ненамерне техничке грешке у састављању формуле за рачунање пондера по критеријуму учесталости емитовања цингла на радио станицама у току недељу дана”. У поновљеном поступку у јулу месецу, промењена је не само поменута формула, већ су поштрени и други критеријуми, што је резултирало тиме да су четири кандидата за овај посао одустала од учешћа у поновљеном тендеру. У табели су приказани неки од критеријума:

ПРВИ ТЕНДЕР	ПОНОВЉЕНИ ТЕНДЕР	Финансијски напацитет
у 2014. години и 2015. години приходи минимум осам милиона динара	у 2014. години и 2015. години приходи минимум девет милиона динара	
минимум четири особе са потребним искуством	минимум десет особа са потребним искуством	Кадровски напацитет
минимум пет година искуства у потребним пословима	да је понуђач у последње три године био носилац минимум три сличне маркетиншке кампање у трајању најмање три месеца свана и у вредности од најмање милион динара	Пословни напацитет

На поновљеном тендеру понуда фирме СВА д.о.о. била је најповољнија и као таква је и изабрана.

Из документације коју нам је доставила РАС сазнајемо да фирма Дејана Ранђића (једног од оснивача Отпора, бившег шефа одборничке групе ЛДП-а у Скупштини Београда) продаје огласни простор у новинама Информер. РАС је 8. марта 2017. године купио тзв. инсертер (засебан огласни додаток) преко фирме DNA Communications која је у сувласништву Ранђића. Истог дана РАС је директно, по значајно нижој цени, купио огласни додаток у Новостима и Блицу.

РАС има уговор и са већ помињаном агенцијом Медиа поинт. За оглашавање у дневним листовима на целој територији Србије РАС се 2017. године обавезао да плати овој агенцији максимално 4,2 милиона динара без ПДВ-а (није у обавези да утроши сва планирана средства). До марта 2018. по овом уговору Медиа поинту је уплаћено 334.800 динара.

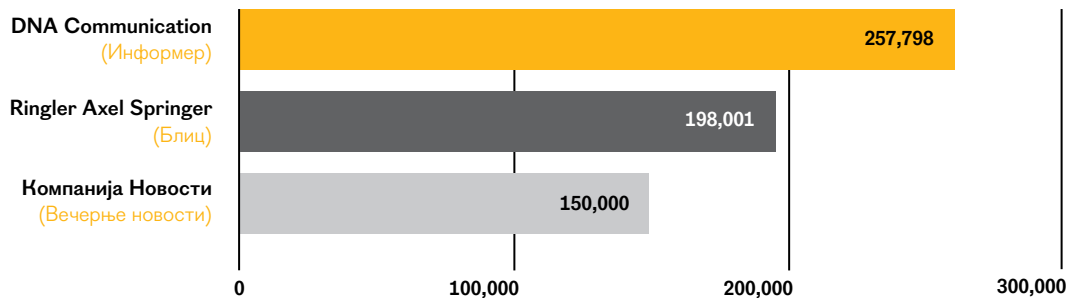
Агенцији Њу јелоу лајн (New Yellow Line) РАС је 2017. године исплатио 474.670,36 динара за закуп рекламног простора у програму Накси Национала (који се на свом сајту рекламира да је највећа радијска мрежа у Србији). Представници ове мреже иначе су редовни чланови комисија које одлучују о додели средстава на конкурсима за суфинансирање медија у Србији.

РАС је за радио промоцију 2017. године исплатио 498.225 динара Максим медији за рекламну кампању на Радију ЈАТ, а Радију С1, који је део „С медија“, у власништву мајке функционера Социјалистичке партије Србије Зорана Анђелновића – 498.075 динара.

За сличне услуге РТС-у је исте године исплаћена сума од 351.288 динара, а званично угашена државна агенција Танјуг за своје услуге са РАС-ом је потписала уговор вредан 489.000 динара без ПДВ-а. Танјуг је претходне године такође давао медијске услуге РАС-у за нешто мању суму – 480.000 динара.

На свом сајту РАС нао успешне приче у свом ангажовању наводи инвестиције светских гиганата попут Боша (технологија), Континентала (ауто-гуме) и Шнајдер електрика (управљање енергијом).

Рекламни уметак 8. март 2017.





ЕПС је претходних година трпео критике јавности због нерационалних одлука о оглашавању јер су све донедавно били потпуни монополисти у области продаје електричне енергије. У јавности је познат случај када је још 2012. године тадашња председница Савета за борбу против корупције Верица Бараћ у отвореном писму премијеру Мирку Цветковићу инсистирала да испита у које рекламне сврхе је ЕПС у 2011. години потрошио 200 милиона динара, а поготово да се утврди колико је новца потрошено на спонзорисање концерта Здравка Чолића на Ушћу.

У слично време ЕПС-у су постављана питања око спонзорисања ФК Партизан у Лиги шампиона будући да је овај клуб на дресовима носио ознаку овог јавног предузећа.

Данас, када би ЕПС требало све више да се прилагођава тржишним условима пословања, донације различитим субјектима и даље постоје, показује анализа Пиштаљке.

ЈП ЕПС нам је иницијално доставио „документа о склопљеним комерцијалним уговорима и њиховим реализованим износима“, а будући да су и друге невладине организације, попут Транспарентности Србије, писале о томе како ЈП ЕПС троши новац на оглашавање, Пиштаљка је утврдила да добијени подаци нису потпуни, односно да су цифре које је ЕПС наводио као буџет за оглашавање – различите.

После упорних захтева Пиштаљке, ЕПС је објаснио да се износи које је ЕПС навео у информацији датог Пиштаљци мања од оне које су дали Транспарентности зато што се у информацији ЕПС-а достављеној Пиштаљци наводе износи намењени искључиво оглашавању, јер је, како су објаснили, то информација коју је Пиштаљка тражила. Разлика између ове две информације представља суму

новца која се, како тврде у ЕПС-у, не односи на оглашавање већ на „донације и да за њих не постоје уговори, већ се оне додељују на основу одлуке о донацији“. О каквим је донацијама реч и по ком основу су оне дате није објашњено.

У извештају Транспарентности Србија наводи се да је ЕПС у 2016. по основу спонзорстава, донација, реклама и пропаганде исплатио преко 183 милиона динара. Пиштаљци су достављени уговори чија је укупна вредност око 10 милиона динара.

На поновљен захтев Пиштаљке да нам доставе списак свих исплата на свим медијима, ЕПС није одговорио.

Због тога добијене податке треба узети са резервом, пошто није могуће проценити износ „донација“. Табелу коју су нам доставили преносимо у целини.

Из табеле се може видети да је значајне износе добио портал Балкан магазин чији је издавач фирма Весна инфо. По подацима Агенције за привредне регистре главни и одговорни уредник овог портала је Славољуб Качаревић, који је до јануара 2017. године био и власник фирме Весна инфо. Качаревић је дугогодишњи новинар, један од оснивача дневника Глас јавности. У јануару 2017. године, када Качаревић излази из власништва фирме Весна инфо, на његово место као 100 одсто власник уписује се Зоран Надрљански. Надрљански је и члан управног одбора фирме за производњу софтвера и хардвера Информатика а.д. Ова компанија чији је највећи акционар државно ЈП Србијагас бави се и издаваштвом.

Међу спонзорствима ЕПС-а истиче се и сајт „Energyobserver“ издавача „Energy Observer Empire“, чији је стопостотни власник дугогодишња новинарка, некад Блица и РТВ Б92, Сијна Пишолова.

Што се тиче објављивања огласа на које је ЕПС по закону обавезан, уговоре су на основу јавних набавки добијали Данас и Вечерње новости.

Год.	Активност	Добављач	Основ	Износ
2016	Медија мониторинг	Real time clipping	На основу уговора о јавној набавци	192,000.00
	Медија мониторинг	Real time clipping	На основу уговора о јавној набавци	272,000.00
	Закуп дневне новине ради објављивања законом обавезних огласа	Данграф	На основу уговора о јавној набавци	712,555.00
	Спонзорство сајта www.energyobserver.com	Energyobserver Empire doo	Спонзорство	700,000.00
	Спонзорство реализације пројекта «Зелена Србија -Thinking Green -Living Clean»	Alliance international media	Спонзорство	192,000.00
2017	Спонзорисање портала Балкан магазина	Весна инфо	Спонзорство	950,000.00
	Медија мониторинг	Real time clipping	На основу уговора о јавној набавци	42,000.00
	Закуп дневне новине ради објављивања законом обавезних огласа	Новости а.д.	На основу уговора о јавној набавци	24,336.00
	Спонзорство сајта www.energyobserver.com	Energyobserver Empire doo	Спонзорство	600,000.00
	Спонзорство магазина СОРД	Alliance international media	Спонзорство	244,000.00
	Спонзорисање портала Балкан магазина	Весна инфо	Спонзорство	980,000.00

УПРАВА ЦАРИНА

Управа царина није услишила захтев Пиштаљке за доставу уговора о оглашавању, али су нам у одговору навели износе уплата за оглашавање у медијима од 2016. до 2018. године.

Из графика се види да је у 2017. години посао оглашавања од листа Данас преузео Српски телеграф. У оба случаја предмет уговора је, према наводима Управе царина, био објављивање тендера и информативних огласа.

Нинамедија клипинг била је ангажована за праћење медијских објава у којима се помиње Управа царина.

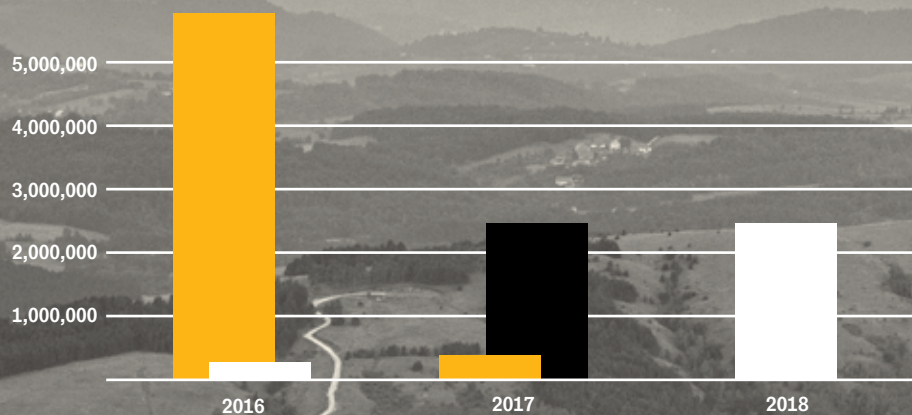
Увидом у спискове уплата које је Пиштаљци доставила Управа за трезор примећено је да износи предвиђени уговорима у случају Данаса и Српског телеграфа нису ни изблиза били искоришћени до краја.

Управа царина је Дан графу у 2016. години уплатила 1,7 милиона динара (у односу на уговорених скоро 6 милиона динара), што је објашњиво чињеницом да у конкурсној документацији стоји да су се конкурси, тендери и огласи објављивали у складу са динамиком потреба наручиоца – Управе царина – на начин који наручилац сматра сврсисходним.

Слично се десило и наредне 2017. године када је са Медијском мрежом, издавачем Српског телеграфа, потписан уговор вредан 2,4 милиона, а исплаћено је нешто више од 640.000 динара.

Управа царина Пиштаљци је послала и податке за 2018. годину, у којима пише да је за услуге оглашавања опет изабрана фирма Дан граф, издавач дневника Данас. Вредност уговора је једнака оној коју је управа исплатила Српском телеграфу претходне године – 2,4 милиона динара.

Вредност медијских уговора Управе царина



- Нинамедија
- Српски телеграф
- Данас

	2016	2017	2018
Нинамедија	236,160	288,160	0
Српски телеграф	0	2,400,000	0
Данас	5,988,000	0	2,400,000

ЈП СКИЈАЛИШТА СРБИЈЕ



У информатору о раду овог предузећа наведене су делатности којима се ЈП Скијалишта Србије баве. Регистровани су за делатност спортских објеката и додељен им је монополистички задатак – управљање скијалиштима у земљи: Копаоник, Стара планина и Златибор.

У њиховој надлежности је изградња и реконструкција скијалишта, управљање просторима погодним за уређење скијалишта, организовање и контрола наплате накнаде за употребу скијалишта, вођење евиденције о скијалиштим и организовање студијско-исраживачких радова у области развоја скијалишта и планинског туризма.

Иако им промоција туристичких објеката није у надлежности, то их није спречило да потроше 5,4 милиона динара за две године на оглашавање, промоцију и медије.

ЈП Скијалишта Србије Пиштаљци није доставило закључене уговоре већ само табелу у којој су наведени уговорни партнери, те вредност и предмет уговора.

Међу ангажованим медијима истичу се магазин Хелоу (Hello), на који права на српском тржишту полаже новосадски Колор прес груп. ЈП Скијалишта је платило два пута по 420.000 динара за израду промо прилога у магазину Хелоу травел (Hello Travel) –Планински центри Србије.

На порталу јавних набавки не постоје подаци о тендерима за оглашавање, што значи да их није ни било, а по закону су ЈП Скијалишта Србије морала да распишу тендер у овом случају. Наиме, без тендера могу да се набаве само послови чија је вредност мања од 500.000 динара без ПДВ-а. Закон прописује и да за истоврсну набавку не сме бити предвиђено више од 500.000 динара годишње да би била изузетак од примене закона.

Чланци у Хелоу магазину, поручени су из два пута по 420.000 динара у једној години, што је више од 500.000 динара годишње и самим тим су ЈП Скијалишта Србије била у обавези да спроведу поступак јавне набавке мале вредности.

Израда промо филма и видео материјала плаћена је рекламној агенцији „Ami G“ водитеља и предузетника Огњена Амићића, два пута по 480.000 динара. ЈП Скијалишта Србије није навело по ком основу односно уговору је Амићићу у 2016. години плаћено 960.000 динара.

Скијалишта су без тендера одлучила и да за ПР услуге ангажују већ поменути фирму Nova communications, коју је основао Небојша Крстић.

Од већих уплата издвајају се и медијски саржаји на РТВ Лав из Ужица. Вредност уговора је у овом случају била 900 хиљада динара. Издавач овог медија је фирма Козум лав д.о.о. Ужице, чији стопостотни власник је америчка фирма Глобал медија инк (Global Media Inc).



2017

Медиј	Услуга	Износ
Нинамедија	Праћење медијске експонираности	264,000
Color media communications	Инсертација промо часописа у часопису «Hello!Travel: Планински центри Србије»	420,000
Color media communications	Израда промо прилога у часопису «Hello!Travel: Планински центри Србије»	420,000
Нинамедија	Праћење медијске експонираности	24,000
Ами Џи	Израда промо филма	480,000
Ами Џи	Израда видео материјала	480,000

2016

Медиј	Услуга	Износ
Србија Данас	Пружање услуга преко медија	396,000
Новосадска ТВ	Медијско праћење и рекламирање	462,000
Ено медија Чачак www.mediaportal	Оглашавање	300,000
Лав внице	Медијски садржаји на РТВ Лав	900,000
Портал Србију волимо	Промоција	60,000
Глас западне Србије	Медијско праћење и маркетиншке услуге	360,000
Nova Communication	Услуге маркетинга	420,000
Портал Србију волимо	Промоција	60,000
Invictus media	Праћење медија	39,600

ДИРЕКЦИЈА ЗА ГРАЂЕВИНСКО ЗЕМЉИШТЕ БЕОГРАДА

Ово јавно предузеће бави се управљањем, уређивањем, опремањем и унапређењем градског грађевинског земљишта и објеката од важности за Град Београд.

У свом одговору на захтев Пиштаљке, Дирекција је навела да је током 2016. године и 2017. године сарађивала једино са агенцијом Медиа поинт, и да јој је укупно плаћено 4,3 милиона динара.

Агенцију Медиа поинт већ смо помињали у овој анализи као пружаоца услуга Граду Београду за закуп медијског простора за оглашавању у три године које су претходиле 2018.

Међутим, упоређујући наводе Дирекције са подацима које смо добили од Управе за трезор испоставило се да је ова дирекција за поменуте две године Медиа поинту уплатила око 3,3 милиона динара, што је за милион мање од оног што тврди Дирекција. Осим ове недоследности, новинари Пиштаљке су приметили и да Дирекција у свом одговору није споменула да је листу Политика уплатила око 1,4 милиона динара.

Дирекција је одбила је да нам достави уговоре склопљене са Медиа поинтом и Политиком, прво тврдећи да је у закону јасно назначено да захтев мора бити у писаној форми или усмено саопштен, а да смо ми тражили документа мејлом. ЈП Дирекција је остала нема на допис Пиштаљке да је захтев послат мејлом једнак захтеву у писаној форми.

Иако је одбила да достави уговоре, Дирекција је навела да је фирма Медиа поинт изабрана на тендерима. Претрагом портала Управе за јавне набавке, Пиштаљка је дошла до података да су критеријуми тендера и у 2017. години и у 2016. години били такви да на њима нису могли да учествују медији директно, него само преко посредничких фирми.

Наиме, економски најповољнија понуда бирана је на основу критеријума цене оглашавања у 5 различитих медија, на начин што је понуђена цена у сваком од медија рачуната са по 20 пондера.

На тендер 2017. године тако се једино јавила фирма Медиа поинт као занупац медијског простора у свим медијима, а 2016. године ова фирма је изабрана јер је дала јефтинију понуду од Епохе д.о.о.

15. ВРСТА КРИТЕРИЈУМА ЗА ДОДЕЛУ УГОВОРА

Критеријум за доделу уговора је економски најповољнија понуда са следећим елементима критеријума:

Ред .бр	Елемент критеријума	Број пондера
1.	Понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Блиц“:	20
2.	Понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Политика“:	20
3.	Понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Вечерње новости“:	20
4.	Понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Информер“:	20
5.	Понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Српски Телеграф“:	20
УКУПНО:		100

Пондерисање ће се вршити за сваки елемент критеријума, према следећој формули:

- А. Најнижа понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Блиц“ понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Блиц“ понуде која се пондерише x 20
- Б. Најнижа понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Политика“ понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Политика“ понуде која се пондерише x 20
- Ц. Најнижа понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Вечерње новости“ понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Вечерње новости“ понуде која се пондерише x 20
- Д. Најнижа понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Информер“ понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Информер“ понуде која се пондерише x 20
- Е. Најнижа понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Српски Телеграф“ понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама „Српски Телеграф“ понуде која се пондерише x 20

Укупан број пондера понуде која се пондерише, представља збир добијених пондера по свим елементима критеријума – максимално 100 пондера.

Укупан број пондера понуде УБП-а= А+Б+Ц+Д+Е

Понуђена јединична нето цена огласа у дневним новинама која се пондерише односи се на регуларна издања

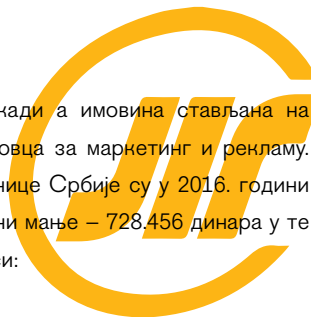
РЕПУБЛИЧКА ДИРЕКЦИЈА ЗА ИМОВИНУ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

Ова дирекција се бави веома битним послом за Републику Србију – води јединствену евиденцију непокретности у јавној својини и одређених покретних ствари у својини Републике Србије. Такође обавља стручне и управне послове који се тичу прибављања ствари у својину Републике Србије, располагања стварима у својини државе и слично.

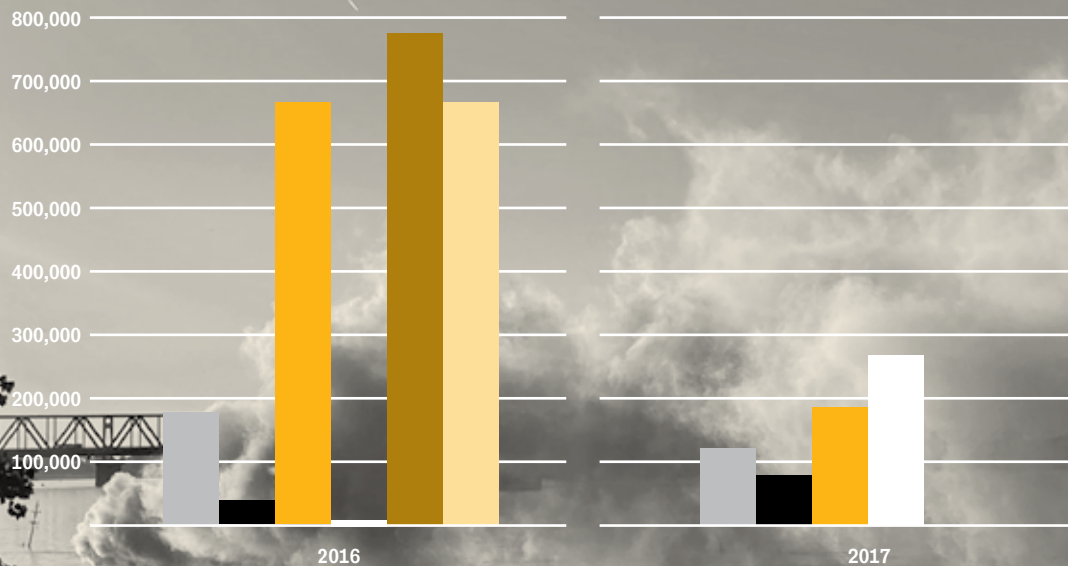
Слично Управи царина, у 2016. години оглашавали су се у листу Данас, а 2017. године у листу Српски телеграф. Обе новине изабране су на јавним тендерима. Према сопственим наводима, листу Данас су 2016. године уплатили око 1,7 милиона динара, а издавачу Српског телеграфа фирми Медијска мрежа у 2017. години око 2 милиона динара. Недоследности се и овде могу приметити, будући да је Управа за трезор регистровала мањи износ уплата Данасу – 1,4 милиона динара.

ЖЕЛЕЗНИЦЕ СРБИЈЕ А.Д.

Ово предузеће коме је половина рачуна у блокади а имовина стављана на добош због неплаћених дугова радницима има новца за маркетинг и рекламу. Како наводе у свом одговору Пиштаљци, Железнице Србије су у 2016. години издвојиле укупно 2.425.730 динара, а у 2017. години мање – 728.456 динара у те сврхе. У графици која следи се виде највећи износи:



Трошкови за оглашавање ЖС



	Данас	Политика	New YellowLine	МГ маркетинг	Бимброс	Naxi
2016	179,650	37,400	670,000	5,080	777,000	672,100
2017	120,806	82,450	187,000	269,000	—	—

КУПОВАЊЕ МЕДИЈА

III ————— Остала јавна предузећа и државне институције и агенције

ост
ала
Јавн
а



предузећа и
државне институције
и агенције

AB



ЈП ЕМИСИОНА ТЕХНИКА И ВЕЗЕ



Ово предузеће није се оглашавало, али јесте набављало ПР услуге. Предузетнику Марку Гојићу у 2016. години ЈП Емисиона техника и везе платило је 492.000 динара без ПДВ-а. Ово је био један од првих послова његове предузетничке радње Hurricane која је по подацима са АПР-а регистрована 16.6.2016. године.

ЈП Емисиона техника и везе 2017. године ангажовало је за ПР услуге у вредности од 495.000,00 динара фирму Letter and Sun. Власник ове фирме је Јелена Миленковић Орлић, која је 2005. године била помоћник министра за рад, запошљавање и социјалну политику. Она је супруга Слободана Орлића, функционера Социјалдемократске партије Србије који у својој биографији бележи иницијативу за смену генерала Вуна Обрадовића због наводних сенсуалних настрјаја на колегинице. О пословима фирме његове супруге са државом писао је и Савет за борбу против корупције. У извештају Савета наводи се да је фирма Letter and Sun од 2011 до 2012 године забележила приходе од 4.430.000 динара из ресора Расима Љајића, председника странке СДПС.



Како наводи у свом одговору Пиштаљци, ово јавно предузеће се оглашава пошто је на то обавезано чланом 7. Уредбе о условима прибављања и отуђења непокретности непосредном погодбом, давања у закуп ствари у јавној својини и поступцима јавног надметања и прикупљања писмених понуда.

Јавно предузеће за склоништа 2017. године је на тендеру изабрало да се оглашава у Компанији Новости. Вредност уговора била је 1,3 милиона, а како из Склоништа саопштавају, до краја априла 2018. исплаћено је укупно 845.440 динара.

Услови тендера имали су ограничавајући фактор јер је од понуђача тражено да се *„дневни лист (новине) објављује свакодневно, да има националну покривеност (дистрибуира се на територији целе Републике Србије) и да у дневном листу (новинама) постоји посебно назначен, издвојен простор посвећен продаји и издавању некретнина (непокретности). У поступку јавне набавке може да учествује само понуђач чије новине излазе у штампаном дневном тиражу од минимум 50.000 примерака“*.

Вечерње новости биле су једини учесник тендера и тако добиле посао. Као једини учесник Новости су добиле посао оглашавања и у 2016. години. Вредност уговора је била 316 хиљада динара.



Иако се у информатору о раду овог предузећа наводи да су у 2016. години потрошили 1,6 милиона динара на рекламе и пропаганду и да је за ту сврху у 2017. години издвојено више од два милиона динара, из предузећа ЈП Транснафта навели су да у том периоду нису склапали уговоре са маркетинг и ПР агенцијама, медијима и фирмама за оглашавање. „Оглашавамо се на порталу јавних набавки и на нашем званичном сајту”, пише у одговору ЈП „Транснафта”.

Када смо затражили објашњење где се троши новац намењен рекламама и пропаганди, из овог предузећа доставили су нам табелу са подацима о спонзорствима која су омогућили спортским, шаховским, билијар клубовима и културно-уметничким удружењима и удружењима одгајивача голубова. У табели не наводе износе. Табелу преносимо интегрално.

СПОНЗОРСТВО

Прималац	Намена	Износ:
Фудбалски клуб „Фрушкогорац” Сремска Каменица	Финансијска помоћ за реализацију плана активности клуба у 2017 години.	
Шаховски клуб „Прино”, Пријепоље	Финансијска помоћ клубу за реализацију плана активности у 2017 години.	
Спортско удружење Brazilian Jiu-Jitsu „Family”, Оџаци	Финансијска помоћ за организацију спортске манифестације «Serbian Battle Championship 13», која ће се одржати 2017 године у Оџацима.	
Спортско удружење „Транснафта”, Нови Сад	Финансијска помоћ за организацију Team Buildinga радника предузећа нафтно-гасне привреде Републике Србије у 2017 години.	
Фудбалски клуб „Младост”, Бачки Петровац	Финансијска помоћ за набавку спортске опреме и организацију турнира млађих категорија поводом дана Петровца и Словачких народних свечаности у мају и августу 2017 године.	
Удружење одгајивача голубова превртача „Ролер клуб Србије”, Нови Сад	Финансијска помоћ за реализацију плана активности, манифестација и такмичења у 2017. години.	
Културно уметничко друштво „Нис-Нафтагас”, Нови Сад	Финансијска помоћ за реализацију XXIII по реду ликовне колоније која се традиционално организује у периоду мај/септембар 2017. године.	
Голф асоцијација Војводине, Нови Сад	Финансијска помоћ за унапређење и развој голфа као спорта, и реализацију планираних активности у 2017. години.	
Спортско удружење „Бид”, за здрав живот, спорт и рекреацију, Нови Сад	Финансијска помоћ за реализацију турнира у баснету «Без носке 3x3», који ће се одржати на шtrandу у Новом Саду, 30.06.2017. године	
Билијар клуб „Biliard Top Team”, Нови Сад	Финансијска помоћ за реализацију плана активности клуба у 2017. години.	



Национални парк Тара оглашава своје јавне набавке у Службеном гласнику, али се такође рекламира и у приватним медијима: телевизији, радију и у штампи.

Највише новца у 2016. години (300 хиљада динара) потрошено је на медијско праћење активности у парку током целе године. Ту услугу је пружила РТВ Прима из Бајине Баште. Иста телевизија је исти тај износ приходовала и у 2017. години.

У току 2016. године НИН-у су плаћене две репортаже, по 111.933 динара. Репортаже су објављене у бизнис додатку недељника НИН, у којем је уобичајена цена за страницу текста 1000 евра.

ЈП НП Тара такође је склопила уговор са фирмом „Стефан Ко“ која издаје лист „ББ глас“ (Бајина Башта). Њој је током ове две године платила укупно 80.000 динара. Ово је једини уговор који је Пиштаљка добила а у ком постоје одредбе које штите професионални интегритет новинара.



ЈП „СПОРТСКИ И ПОСЛОВНИ ЦЕНТАР ВОЈВОДИНА“

Популарни „СПЕНС“ у Новом Саду оглашавао се током 2016. и 2017.

године на Радију АС ФМ. Уговор је био потписан средином 2016. на износ нешто мањи од законског минимума за који није потребан јавни тендер – 597.600 динара са ПДВ-ом, што је како смо уочили пранса многих државних субјената.

СПЕНС је од септембра 2015. био 53 дана у блокади, па се не може рећи да му је ликвидност беспрекорна. Без обзира на неликвидност, за пи-аром је имао потребе па је за износ од 120.000 динара без ПДВ-а у 2016. години поручуо ову услугу од предузетничке радње Милорада Бојовића, Олорин прес из Новог Сада. Овај предузетник је своје услуге у 2017. наплатио 495 хиљада динара без ПДВ-а, за исти новац ради за СПЕНС и у 2018. години.

СПЕНС ангажује и готово неизбежну Нинамедију клипинг за потребе праћења медијских објава. У 2016. износ уговора био је 299.900 динара, 2017. – 400.000, а 2018. године 399.960 динара.

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

Руководство Туристичке организације Србије (ТОС) крије износе државног новца које је за оглашавање исплатило појединим приватним телевизијама и маркетиншким агенцијама због, како тврди, пословних интереса друге стране. Од 110 уговора склопљених у последње две године које је ТОС доставила Пиштаљци, износи за оглашавање и услуге односа с јавношћу затамњени су у њих 27. Од уговора са телевизијама затамњени су износи у онима са РТВ Пинк, ТВ Прва и О2 (раније Б92) и ТВ Ал џазира. Такође, тајни су и износи које је ТОС платио за рекламирање на Н1 и другим каналима на којима огласни простор продаје маркетиншка фирма КАС медија, али и на каналима Би-Би-Сија.

Истовремено, у уговорима са Радио-телевизијом Србије ТОС није затамнио исплаћене износе па тако сазнајемо да је јавном сервису за две године укупно исплаћено 13 милиона динара. Осим за новац уплаћен КАС медија (CAS media), која је у потпуности у власништву луксембуршке фирме „United media S.a.r.l“, тајном су проглашени подаци о рекламирању преко још две маркетиншке фирме. Тако је тајна колико грађани Србије плаћају закуп билборда фирми „ЛЕД медија“ из Босне и Херцеговине. Непознато је и колико новца је агенцији „Mint communications“ из Берлина плаћено за тромесечну кампању за немачко говорно подручје на друштвеној мрежи Фејсбук.

ТОС је сакрила и износ новца исплаћен предузећу „Internet group“ из Београда. Власник предузећа „Internet group“ је Срећко Миодраговић, саветник председника „Комтрејд групе“ Веселина Јевросимовића.

У писаном одговору за Пиштаљку, вршилац дужности директора ТОС Марија Лабовић навела је да уговори који садрже клаузуле о пословној тајни на основу члана 9 Закона о слободном приступу информацијама од јавног значаја нису у потпуности доступни јавности „како бисмо избегли одговорност и евентуалну повреду Закона о заштити пословне тајне“.

Одредбе уговора које се односе на „пословну тајну“ су, након даље наводи, „правило код ове врсте уговора, где једна уговорна страна у власничној структури има ино елемент, која те одредбе поставља као услов потписивања у циљу заштите од нелојалне конкуренције“. У телефонском разговору са новинаром Пиштаљке Лабовић је поновила да су износи затамњени на захтев друге стране, да стране компаније тано штите своје пословне интересе и да су то морали да ураде да би избегли могуће тужбе. На питање зашто су пристали на клаузулу тајности када услуге оглашавања плаћају новцем грађана Србије, она је одговорила да је ТОС-у у интересу да сви уговори буду јавни али да су такви услови тих компанија и да ту нема пуно простора за другачији договор.

Већина фирми чији подаци су затамњени у уговорима потврдила је да је то урађено на њихов захтев. Из Прве телевизије за Пиштаљку су навели да су одредбе о пословној тајни „устаљена пракса“ у њиховим уговорима и да значе да су се две стране споразумеле да услови, подаци и информације у вези са реализацијом представљају пословну тајну и да се неће откривати трећим лицима.

ТОС се рекламирала на Гуглу али и на друштвеним мрежама Фејсбук, Твитер и Инстаграм преко четири фирме: „Block & Roll“, „Httpool“, „Home page“ и „Cloud media“. Фирми „Block & Roll“ уплаћено је прошле године 19 милиона динара за рекламирање на Гуглу и за „посредовање при закупу огласног простора“ на Инстаграму и Фејсбуну. За ову услугу, коју је Туристична организација могла сама да плати, фирми „Block & Roll“ плаћена је провизија од 1.374.000 динара. Из уговора се види да ТОС има рачун код Гугла, што значи да може сама да плаћа услуге тој компанији, без посредника, и да је вероватно раније то и радила. За оглашавање на Твитеру, ТОС је предузећу „Httpool“ за две године исплатила 4,5 милиона динара, док је фирма „Home page“ за оглашавање на Фејсбуну и Твитеру добила седам милиона динара.

АЕРОДРОМ НИКОЛА ТЕСЛА



Аеродром Никола Тесла одбио је да одговори на захтев Пиштаљке за информације од јавног значаја. Под изговором да је захтев непрецизан, тражили су нам да га допуномо тако да прецизирамо које тачно уговоре тражимо. Пиштаљна је тражила све уговоре склопљене са свим медијским кућама, фирмама за оглашавање и рекламирање, ПР агенцијама.

Претрагом портала јавних набавки уочили смо да је Аеродром склопио више уговора у овој области, од којих смо издвојили неке:

1

Уговор са Медијском мрежом доо за услуге штампања и издавања часописа Аеродрома „Терминал“ потписан 21.02.2018. године

Медијска мрежа је друштво са ограниченом одговорношћу који је уједно и издавач дневника Српски телеграф, блиског властима. Власници су новинари Саша Миловановић, Милан Лађевић, Лазар Симић и Љубомир Дабовић.

Понуда Медијске мреже изабрана као једина прихватљива понуда на тендеру аеродрома. Уговорен посао је вредан 7.802.000 динара. На тендер се још јавила фирма Color media international, али је њихова понуда одбијена јер је била виша од процењене вредности јавне набавке.

На тендеру су право учешћа имали издавачи магазина или дневних издања, али је био укључен и дискриминаторни услов да издавач дневних новина у последњих шест месеци пре објављивања позива остварује минимални штампани дневни тираж од најмање 40.000 примерака. Тако новине које имају мањи тираж нису имале право учешћа. Није јасно због чега је био потребан овај критеријум, када часопис Аеродрома излази четири пута годишње са годишњим тиражом од 140.000 номада и дели се бесплатно путницима на аеродрому.

Понуђачима су такође наметнути строги критеријуми у погледу образовања запослених: најмање 15 запослених или радно ангажованих лица, од чега један уредник издања, три дипломирана новинара, један графички дизајнер, један графички уредник, један лектор за српски и енглески језик (7. степен стручне спреме), један преламач, један квалификовани преводилац (и овде је био услов диплома – Филолошког факултета, група за енглески језик) и један фотограф.

Медијској мрежи омогућено је да у часопису продаје рекламни простор и тако заради много више од саме цифре колико је приходовала на тендеру. Рекламе максимално могу заузети 36 страна, половину од укупног броја страница.

Часопис Терминал је почео је да излази 2017. године после тендера на којем је такође победила Медијска мрежа. На овом тендеру било је дозвољено да учествују и недељници. Ипак и тада је победу на тендеру однела Медијска мрежа која је имала једину прихватљиву понуду. Понуде Glossy Media, друштва које је убрзо потом, 6.7.2017. године, избрисано из АПР-а због припајања матичном друштву Color media international Роберта Чобана и Велибора Ђуровића и Ringier Axel Springer-а одбијене су као неприхватљиве, јер између осталог нису доставиле узорак изгледа насловне стране часописа Терминал. Овај услов је захтеван накнадним изменама конкурсне документације. Вредност посла била је 6.244.000 динара без ПДВ-а, а уговор је потписан 26.1.2017 године.

Интересантно је да је у конкурсној документацији као једна од карактеристика набавке истакнуто великим словима да се „ЧАСОПИС НЕЋЕ БАВИТИ ПОЛИТИКОМ НИТИ АНАЛИЗОМ ПОЛИТИЧКЕ СИТУАЦИЈЕ У ЗЕМЉИ“. Издавач који је победио на тендеру и те како се у својим матичним новинама бави политиком (Српски телеграф), па зато није јасан дискриминаторни услов из тендера о тиражу новина, пошто у овом случају није имао никакав утицај. Тираж продатих новина политичке садржине тешко је могао да буде доказ о капацитету да се направи добар промотивно-туристички магацин за потребе аеродрома.

2

Уговор са Медијском мрежом за услуге оглашавања у дневном листу потписан 29.9.2017.

Предмет јавне набавне биле су услуге оглашавања (огласа/конкурса) за потребе аеродрома, у дневним новинама које имају минимални штампани просечни дневни тираж од 50.000 примерака по једном броју и које се дистрибуирају на целој територији Републике Србије. На тендер су се јавили само Информер и Српски телеграф. Вредност посла била је до два милиона динара без ПДВ-а а критеријум је био најнижа понуђена цена. Медијска мрежа понудила је 171.085 динара и добила. Динамину оглашавања дефинише аеродром у складу са својим потребама.

3

Уговор са Air Serbia, оглашавање у часопису Elevate, часопис ове компаније

Очигледно аеродрому није било довољно оглашавања па је у овој години закључио уговор и са доминантном авио компанијом која користи његове услуге – Ер Србијом. Вредност услуге је 184.320 евра а односи се на оглашавање у часопису ове компаније који је на располагању путницима у свим летовима. Часопис „Elevate“ наследио је ненадашњу ЈАТ-ову ревију и излази једном месечно.

4

Уговор са фирмом Represent communication за услуге комуникацијске подршке потписан 13.1.2017. године

Током 2016. године аеродром је проценио да му је потребан план комуникације на друштвеним мрежама, креирање садржаја за наступ на друштвеним мрежама и одржавање друштвених мрежа од 7 до 24 сата, едукација особља аеродрома за коришћење и управљање друштвеним мрежама, повећање видљивости на

друштвеним мрежама и могућност активације профила/присутности на некој новој друштвеној мрежи која би могла да буде популарна током трајања уговора.

Аеродрому су такође биле потребне континуиране активности односа са јавношћу (уговарање састанана са медијима, анимација националних и кључних локалних медија и слично).

Уз то, указала се и потреба за промоцијом историјских вредности аеродрома поводом 55. годишњице отварања, али и за услуге израде мурала са ликом Николе Тесле. Пosaо вредан 9.589.600 динара без ПДВ-а је добила фирма Represent communication бившег новинара Борислава Миљановића, некада блиског сарадника и пословног партнера Срђана Шапера.

Тендером је био расписан и услов да на њега могу да се јаве само фирме које су у последњих пет година три пута пружиле услуге дигиталних комуникација.

5

Уговор са Медијском мрежом за услуге оглашавања

Још један уговор са Медијском мрежом, издавачем Српског телеграфа, потписан је 26.1.2017. године. Вредност је била 2,4 милиона динара. На тендеру учествовали и Компанија Новости, Дан граф, Инсајдер тим (Информер) и Ringier Axel Springer. Све ове понуде биле су прихватљиве, осим понуде Дан графа који није доставио комплетну документацију.

Остала јавна предузећа и институције које су нам слале податке о исплатама сврстали смо у табелу која следи:

Ред. бр.	Јавно предузеће / Установа / Агенција	Вредности склопљених уговора за оглашавање за 2016. и 2017. годину
1	Републичка дирекција за робне резерве	0
2	ЈКП Београдске електране	0
3	ЈКП Погребне услуге – Београд	3.257.236,00
4	ЈП НП Ђердап	0
5	ЈП НП Копаоник	200.000,00
6	ЈП НП Стара планина	72.000,00
7	ЈП НП Фрушка гора	90.000,00
8	ЈП Нуклеарни објекти Србије	0
9	ЈП Просветни преглед	0
10	ЈП Србија шуме	401.616
11	Коридори Србије	0
12	Регулаторна агенција за електронске комуникације и поштанске услуге	2.622.000,00
13	Регулаторно тело за електронске медије	637.718,00
14	Србија нарго	0
15	Комисија за заштиту конкуренције	0



ЗМИН
ИСТА **Дин.**
рств
а

у влади
републике
србије



Део анализе посветили смо и издвајањима које главни органи управе издвајају за потребе оглашавања и промоције. Према расположивим подацима, „ранг листа“ највећих потрошача у државној управи у 2016. и 2017. години изгледа овано:

1. Министарство трговине, туризма и телекомуникација	20.942.318
2. Министарство привреде	16.431.708
3. Министарство држане управе и локалне самоуправе	12.930.368
4. Министарство омладине и спорта	10.319.951
5. Министарство грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре	9.196.895
6. Министарство правде	5.385.600
7. Министарство заштите животне средине	3.600.000
8. Министарство просвете, науке и технолошког развоја	3.143.517
9. Министарство културе и информисања	2.756.040
10. Министарство финансија	1.620.067
11. Министарство здравља	1.434.995
12. Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде	1.290.212
13. Министарство заштите животне средине	3.600.000
14. Министарство рударства и енергетике	1.039.680
15. Министарство спољних послова	365.903
16. Министарство за европске интеграције	284.000

МИНИСТАРСТВО ТРГОВИНЕ, ТУРИЗМА И ТЕЛЕКОМУНИКАЦИЈА

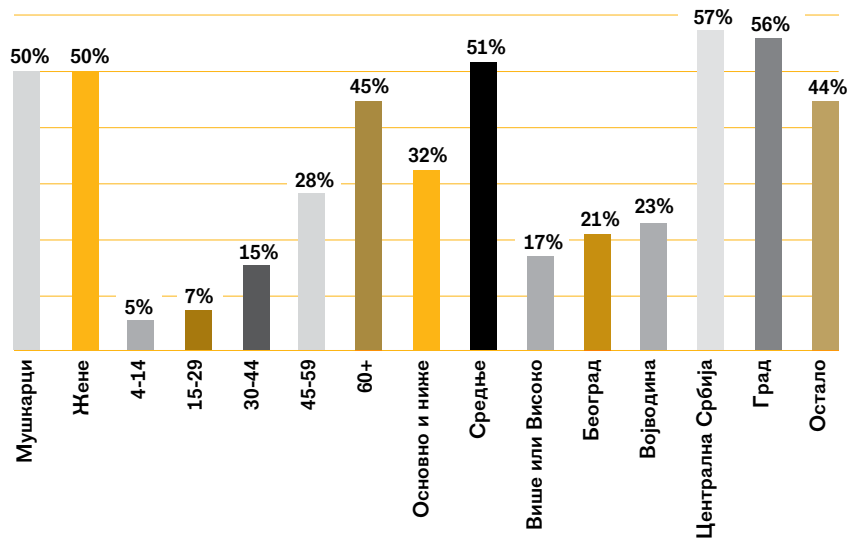
Прво на листи највећих оглашивача Министарство трговине, туризма и телекомуникација је 2016. године закључило уговор са РТС-ом у циљу развијања програма за безбедност деце на интернету и подизање нивоа дигиталне писмености. Вредност овог уговора је готово 12 милиона динара. Министарство има улогу суфинансијера, заједно са РТС-ом, а учешће министарства у овом заједничком послу је 8,1 милион динара.

Са јавним сервисом је на исту тему закључен и уговор 2017. године, с тим што је учешће министарства процењено на 6,7 милиона динара. Овим уговором настављена је сарадња РТС-а и министарства у изради „промотивних и информативних спотова, прилога и емисија информативног и едукативног типа“ везаних за безбедност деце на интернету и подизање нивоа дигиталне писмености. У уговору се наводи и да ће РТС репризно и без накнаде емитовати емисије „Све боје интернета“ и „Код за бољи свет“ које су реализовани у оквиру поменутог уговора између РТС и министарства у 2016. години.

Не умањујући значај јавног сервиса и теме безбедности деце на интернету, али знајући и данашња интересовања младих везана за паметне телефоне и Јутјуб, примећујемо да домет ове кампање свакако треба испитати пре евентуалне доделе средстава у наредним годинама. Тим пре што према истраживању агенције Ипсос из 2015. године просечан гледалац РТС1 има 60+ година и средњу стручну спрему. Иста агенција бележи да само 5% гледалаца РТС1 спада у старосну категорију од 4-14 година на коју би оваква кампања требало да се фокусира. Истине за вољу, слични подаци се воде и за друге телевизије, што говори да деца слабије гледају телевизију од одраслих. Ово истраживање објављено је на сајту Регулаторног тела за електронске медије.



Профил гледалаца РТС1 у %



Од пријављених трошкова на оглашавање, пи-ар услуге и маркетинг Министарства трговине, туризма и телекомуникација истиче се и нешто мање од пет милиона динара по основу „Уговора о пружању услуге оглашавања у области електронских и информационог друштва“ са агенцијом Ruskin&Hunt д.о.о. Овај уговор из 2015. године министарство нам није доставило, те не можемо улазити у детаље његовог садржаја. Што се тиче уговорног партнера – агенције Ruskin&Hunt д.о.о. – она је у међувремену променила име у Голин и, нако београдски медији наводе, постала део једне од водећих светских агенција која носи исто име. Тренутни власници су Зоран Шћекић и Иван Бендер. Потоњи је јавности познат као саветник тадашњег премијера Александра Вучића за увођење „Јединице за спровођење стратешких пројеката и циљева“ (Delivery Unit), концепта који је својевремено установио бивши британски премијер Тони Блер. Београдски медији наводе да је Ruskin&Hunt д.о.о. учествовала у изборној кампањи напредњана.

Пи-ар услуге у министарству врши и предузетник Стефан Ћупурдија, са којим је закључен уговор о услугама стручне помоћи у области односа са јавношћу у укупном износу од 434.000 динара без ПДВ-а (месечно по 62.000 динара). Очигледно је министарство на овај начин решило проблем забране запошљавања у јавном сектору будући да је „аутсорсовала“ (outsource) вршење ових задужења на спољњег сарадника. Стефан Ћупурдија у својој биографији истаннутој на мрежи Линкедин (Linkedin), себе назива сарадником министарства уз кратак опис послова које обавља. Увидом у сајт министарства приметили смо да он користи званичну адресу министарства у комуникацији са новинарима (stefan.cupurdija@mtt.gov.rs).

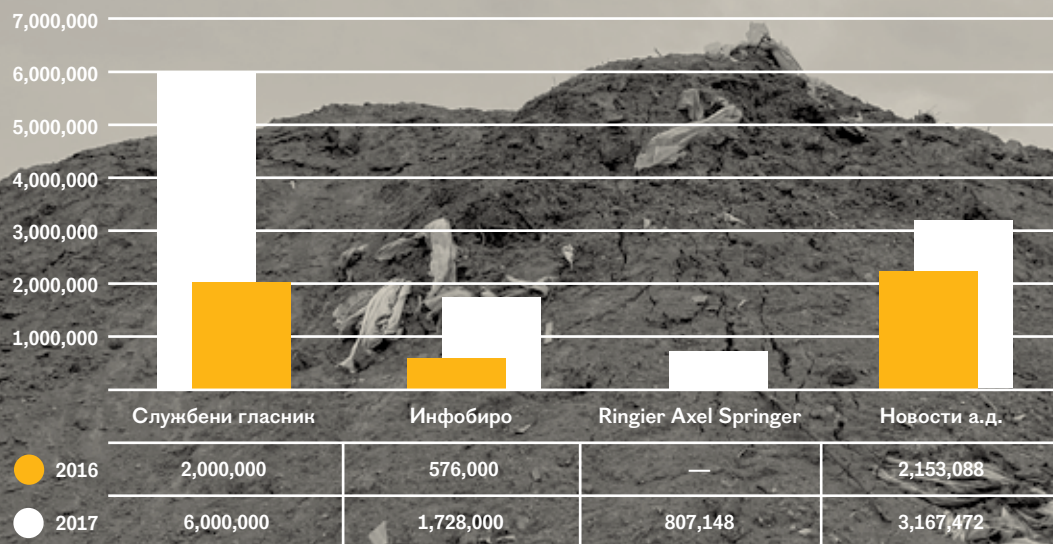
МИНИСТАРСТВО ПРИВРЕДЕ

Министарство привреде Пиштаљци је доставило податке о томе код кога се оглашава и износе колико за то плаћа. Податке представљамо у графици доле:

Министарство привреде у ЈП Службени Гласник објављује опште и појединачне акте, јавне конкурсе, и јавне позиве, наводи се у уговору. Укупна вредност уговора са Службеним гласником у 2016. и 2017. години била је осам милиона динара. И самом ЈП Службени гласник била је потребна услуга комуникација са јавношћу, иако има свој Сектор за маркетинг и односе с јавношћу, па је тако 2017. године за исте послове платило око 150.000 евра фирмама „Nova Communications“, коју је основао јавни функционер Небојша Крстић и која је до пре три месеца била у његовом власништву, и „Red Communication“ којом руководи Данијела Поповић Јурић.

Фирма „Red Communication“ ће за послове маркетинга и ПР-а (односа с јавношћу) зарадити десет милиона динара са ПДВ-ом, док је Крстићева бивша фирма „Nova Communications“ за оглашавање у медијима добила нешто више од седам милиона динара са ПДВ-ом.

Трошкови оглашавања МИНИСТАРСТВА ПРИВРЕДЕ у РСД



Пиштаљна је од Министарства привреде добила и уговор за услуге објављивања огласа у дневним новинама са привредним друштвом Новости а.д. Уговор је добијен на тендеру 2016. године, а уговорена вредност је 5,4 милиона динара са ПДВ-ом. Уговор садржи и одредбу да Министарство привреде није у обавези да сав износ потроши.

Министарство привреде је 2016. године расписало два тендера за оглашавање у дневним новинама. Први је поништен јер није било ниједне понуде пошто је тражено да понуђачи издају лист са тиражом од 100.000 примерака. На другом тендеру, на ком је квалификациони услов био 50.000 примерака, победиле су Вечерње новости. Занимљиво је да је доказ о тиражу новина био примерак издања са импресумом у ком пише тираж и није тражен екстерни доказ о тиражу. Услов за учешће на тендеру био је и да понуђач нема порески дуг. Рачун Новости је међутим 2017. године блокиран због пореског дуга. Блокада и даље траје, већ више од 370 дана. Како су писале саме Новости, порески дуг датира из 2009. године и износи око 300 милиона динара са каматама.

Увидом у податке Управе за трезор, новинари Пиштаљке су запазили један већи износ уплате на ТВ Прва чији је власник фирма Nova broadcasting д.о.о. из Београда коју у потпуности поседује кипарска фирма „Antenna stream T.V. Ltd“. Министарство привреде је овој телевизији у 2017. уплатило 21,9 милиона динара. Будући да нам Министарство привреде није навело да је имало икаква давања према овој телевизији са националном фреквенцијом, тражили смо појашњење.

Из Службе за односе са јавношћу Министарства привреде су навели да тај новац није уплаћен за оглашавање и да зато није ни наведен у одговору који су нам послали. „Тих 21,9 милиона динара дали смо ТВ Прва као субвенцију за подстицај филмске индустрије“, рекли су из надлежног министарства.

Увидом у Информатор о раду овог министарства сазнали смо да је износ од 21,9 милиона динара уплаћен предузећу „Прва телевизија д.о.о“ као „подстицај инвеститору који у Републици Србији производи аудиовизуелно дело „Немој да звоцаш“ – хумористичку серију у копродукцији са агенцијом „Адреналин“. Ова серија се 2016. године емитовала на ТВ Прва.

Акћеболаг,				рекламу „GEVALIA“	
3. Подносилац захтева: „CRATER STUDIO д.о.о. Корисник подстицаја: Digital Sandbox LLC, USA	Београд, Република Србија USA		9.181.481,20 РСД	Подстицаји инвеститору који у Републици Србији производи аудиовизуелно дело филм - „ASOUE“	да
4. Подносилац захтева и Корисник подстицаја: „ПРВА ТЕЛЕВИЗИЈА“ д.о.о.	Београд, Република Србија		21.928.297,00 РСД	Подстицаји инвеститору који у Републици Србији производи аудиовизуелно дело "НЕМОЈ ДА ЗВОЦАШ" серија	да
5. Подносилац захтева: „Red Art Workshop“,	Београд,			Подстицаји	

Фирма Адреналин д.о.о. је према подацима са АПР-а у власништву консултантске фирме „I&F McCANN група доо“ из Београда, чији је власник и директор некадашњи високи функционер Демократске странке и директор једне од највећих маркетиншких агенција у Србији „McCann Erickson Group“ Срђан Шапер.

Овакав начин финансирања филмских пројеката установљен је Уредбом Владе Србије из 2015. као начин подстицаја да се у Србији производе аудио-визуелна дела. Овакав начин државне помоћи резултирао је бројним пројектима (у 2017. на пример 28 пројеката) у области играног и наменског филма (рекламе), ТВ серија и слично.

МИНИСТАРСТВО ДРЖАВНЕ УПРАВЕ И ЛОКАЛНЕ САМОУПРАВЕ

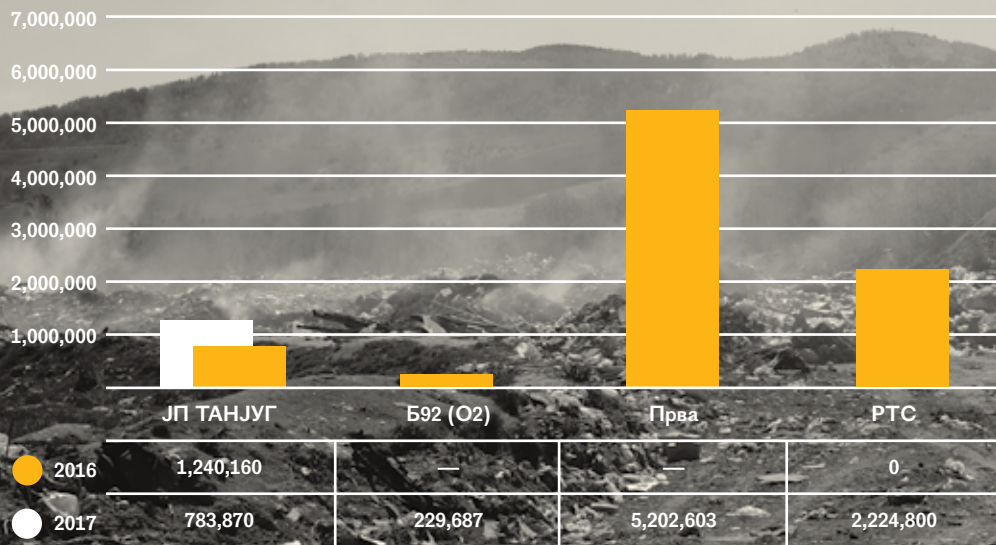
Највеће износе ово министарство уплаћивало је телевизијама. Са ТВ Прва закључен је уговор о закупу огласног простора у периоду од 21. фебруара 2017. до 31. марта 2017. године. Реч је била о промоцији наградне игре „Узми рачун и победи“, односно промоцији легалне трговине и плаћања ПДВ-а у години борбе против сиве економије. Акцију је организовала Влада Србије у сарадњи са НАЛЕД-ом. Цена оглашавања била је уговорена на 5,2 милиона динара.

За исту сврху и за исти период закључен је уговор и са ТВ Б92, која је власнички и кадровски повезана са Првом. Уговорена вредност са ТВ Б92 је више него дупло мања – 2,2 милиона динара. Радио-телевизија Б92, један од симбола отпора режиму бившег председника Србије и СР Југославије Слободана Милошевића деведесетих година 20. века, у септембру прошле године променила је име у O2 TV.

Према подацима Централног регистра хартија од вредности, највећи акционар Б92 а.д су непознати власници који држе 73 одсто акција на кастоди рачунима у Рајфајзен банци којој су акције поверене на чување. Други сувласник је фирма В92 trust д.о.о., са 11 одсто власништва. Највећи сувласник те фирме је Веран Матић са 67 одсто власништва. Матић се налази и на листи власника Б92 као физичко лице. Трећи сувласник је фирма Астонко д.о.о. са 11 одсто, а остали акционари су мали акционари, међу којима су некадашњи челни људи ове медијске нуће Веран Матић, Саша Вучинић, Саша Мирковић и Александар Тимофејев са 3,64 одсто власништва. У јавности, али и на самом порталу Б92 инфо који издаје Б92 а.д. пише да Б92 ад, ТВ Прва и радио Play припадају грчкој Антена групи.

У оквиру исте кампање, а за извлачење добитника у наградној игри одабран је РТС, који је за емитовање ове емисије и пратеће услуге дана 11, 18. и 25. марта 2017. године, као и 31. марта 2017. године, према подацима министарства, добио 2,2 милиона динара.

Трошкови за оглашавање Министарства државне управе и локалне самоуправе



У оквиру јавне набавке за услуге продукције, снимања фото и видео материјала и монтаже који је министарство организовало крајем 2015. године победило је ЈП Танјуг и потписало уговор на 12 месеци вредан 1,3 милиона динара. Исти посао Танјуг је добио и 2017. године, овог пута вредан 1,9 милиона динара.

Танјуг се иначе јавља код бројних министарстава као пружалац сличне услуге. Треба рећи да је ово јавно предузеће требало да буде продато још 2015. године, па чак да је постојала одлука Владе Србије о гашењу Танјуга. На крају да поменемо да је праћење активности Министарства државне управе и локалне самоуправе у медијима вршила агенција Нинамедија. У 2016. гој је исплаћено нешто мање од пола милиона динара, а 2017. оно 750.000 динара.

МИНИСТАРСТВО ОМЛАДИНЕ И СПОРТА

Министарство које предводи бивши ватерполо репрезентативац Вања Удовичић имало је плодну сарадњу са дневником Политика и фирмом Бимброс која се бави видео продукцијом, а у овој анализи је већ поменута у делу који се бави Железницама Србије.

Са Политиком је у 2016. години ово министарство потписало два уговора, оба са истим предметом – оглашавање конкурса и других позива. Вредност првог уговора била је 450.000 динара, а другог 300.000. Основна разлика између ова два уговора јесте што је потоњи потписан за потребе Фонда за младе таленте Републике Србије којим председава министар Удовичић. Овај фонд функционише у оквиру Министарства омладине и спорта.

Сарадња са Политиком настављена је и 2017. године. Вредност уговора је 350.000 (за потребе министарства), односно 300.000 динара (за Фонд за младе таленте).

Што се тиче фирме Бимброс, она је добила задатак да производи телевизијски програм за потребе министарства и да емитује, како се наводи у уговору, „монтиране прилоге на 30 регионалних и локалних ТВ станица и два сателитска програма РТС САТ и БН ТВ“. За ту услугу надокнада је у 2016. години била 3,9 милиона динара. На овај уговор се не примењује се Закон о јавним набавкама, па тако ни тендера није било. А сарадња се наставила и у наредним годинама, за исту надокнаду.

На Бимбросовом сајту постоји снимак у рубрици „велики уговори“ на којем власник овог привредног друштва Зоран Васиљевић потписује уговор са Министарством омладине и спорта и захваљује се министру Удовичићу на указаном поверењу. На снимку министра нема, а нема ни овог министарства у рубрици „референце“ на Бимбросовом сајту, иако се на истом месту Бимброс хвали да је направио преко 50 филмова за Железнице Србије. Не помиње међутим какве је услуге пружао Министарству омладине и спорта.



МИНИСТАРСТВО ГРАЂЕВИНАРСТВА, САОБРАЋАЈА И ИНФРАСТРУКТУРЕ

И ово министарство је сарађивало са Танјугом. Министарство нам је, достављајући податке за 2016. годину, уручило уговор потписан 2014. за медијско праћење активности министарства уз месечну цену од 110.400 динара. На годишњем нивоу овај износ није смео да премаши 1,3 милиона динара. Поред овог уговора добили смо и наруџбеницу за услуге Танјуга у 2017. години на износ од 600.000 динара са ПДВ-ом, који не потпада под обавезу спровођења јавне набавке. Овакву праксу да се послови уговарају тачно испод законског минимума да би се избегла обавеза спровођења јавне набавке мале вредности је већ критиковао Савет за борбу против корупције.

Ни агенцију СВА д.о.о, коју смо у ранијем тексту већ помињали, није могуће мимоићи. На основу наруџбенице, у 2016. години, ова агенција је медијски пратила активности министарства и за то добила нешто мање од 500.000 динара. Ова агенција је била активна и наредне године када је на основу наруџбенице министарства за саветодавне услуге у вези са јавним комуникацијама примила 180.000 динара.

На основу наруџбеница ово министарство је сарађивало и са друштвом Ентитет њу медиа д.о.о. (Entitet New Media). Стопостотни власник овог друштва је један од сувласника агенције СВА д.о.о. па ово у сваком случају подсећа на изигравање закона о јавним набавкама, пошто је повезани субјекат добио новац директно, без поступка јавне набавке. Ово привредно друштво сада се зове Сва њу концепт (SVA New Concept) и са адресе у Хиландарској улици у којој је имало седиште, пребачено је на Палмотићеву улицу у којој је седиште агенције СВА. Ентитет њу медиа је укупно за две године добила мало више од милион динара.

Одржавање сајта министарства ради фирма Хемотерм смарт солушенс. У уговорима које је Пиштаљна добила, годишња надокнада за ову услугу је око милион динара. Савет за борбу против корупције је у свом извештају писао и о овој фирми, наводећи да је она радила 2013. године сајт председника Републике по цени од 3,1 милион динара, али и да је ово предузеће радило сајт Министарства енергетике, развоја и заштите животне средине у време када је то министарство водила Зорана Михајловић (2012-2013). „Након што је министарна енергетике, развоја и заштите животне средине Зорана Михајловић изабрана на чело Министарства грађевинарства, саобраћаја и инфраструктуре, са фирмом Хемотерм смарт солушенс д.о.о. закључен је уговор о изради вебсајта тог министарства по цени од 450.000 динара са ПДВ-ом (2014)”, пише у извештају Савета за борбу против корупције. Сувласници фирме Хемотерм смарт солушенс су Небојша и Драгица Нерић.

Прес клипинг за потребе министарства је у 2016. и 2017. вршило друштво Ебарт д.о.о. за цену од по 600.000 динара.

МИНИСТАРСТВО ПРАВДЕ

Министарство правде је доставило је уговоре са два фирмама – Инфобиро и Нинамедија клипинг. Инфобиро је продуцентска кућа коју смо већ помињали у овом извештају и која већ годинама има разгранату сарадњу са државним органима у Србији.

О фирми Инфобиро 2011. године писао је и Савет за борбу против корупције у „Извештају о притисцима и контроли медија у Србији“. У извештају је Савет навео да ова агенција, заједнички са власнички повезаним „Фрејм ТВ“ „практично покрива активности свих државних институција и да њихови приходи готово искључиво долазе од државних органа“.

Министарство правде Инфобиро ангажује по типном уговору који је за обе године исти. У уговору се наводи да „наручилац има потребу за продукцијом телевизијског програма у циљу информисања грађана о активностима које обавља у свакодневном раду”. Укупна вредност уговора у 2016. и 2017. години је нешто више од три милиона динара. Ова фирма није бирана на тендеру јер се Закон о јавним набавкама не односи на продукцију телевизијског програма. Сарадња са овом фирмом настављена је и у 2018. години. На сајту Инфобироа могу се видети прилози везани за Министарство правде:



Поред Инфобироа још једна фирма која се јавља у многим случајевима праћења објава о раду државних органа у медијима, јесте Нинамедија клипинг, која је изабрана је у поступку јавне набавке мале вредности. У 2016. и у 2017. години за праћење и анализе медијских објава потписала је уговоре укупне вредности од нешто више од два милиона динара.

МИНИСТАРСТВО ЗАШТИТЕ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ

Министарство заштите животне средине формирано је 2017. године, а пре тога службе овог министарства биле су под окриљем Министарства пољопривреде и заштите животне средине. Због тога су и различити наручиоци за услуге оглашавања у 2016. години и у 2017. години. Министарство пољопривреде је потписник уговора из 2016. године. Уговорна страна је фирма Дан граф која објављује лист Данас. Вредност уговора је 1,5 милиона динара колико максимално може бити потрошено на оглашавање у наредних 12 месеци. Од овог износа, из министарства тврде да је потрошено мање од трећине.

На тендеру за пружање услуга оглашавања 2017. године као једини понуђач победила је фирма Медијска мрежа, издавач листа Српски телеграф. С обзиром на то да је Министарство заштите животне средине формирано у јуну, није нелогично што је набавна оглашавања уследила тек у новембру 2017. године. Плаћање оглашавања у Српском телеграфу почело је у 2018. години и до половине марта ове године плаћено је 175.812 динара.

У конкурсној документацији тендера за оглашавање која је објављена на Управи за јавне набавке пише да је оглашавање предвиђено законским обавезама, а да се тражи лист који свакодневно излази на територији целе Републике Србије. Законска обавеза се пре свега односи на Закон о заштити природе, који у члану 43 предвиђа да је министарство дужно да обавести јавност о проглашењу неког подручја заштићеним.

Обавештење се „објављује у најмање једном дневном листу који се дистрибуира на целој територији Републике Србије и у локалном листу јединице локалне самоуправе на чијој се територији налази подручје чија се заштита предлаже...”, пише у овом члану закона.

Министарство је такође у обавези да оглашава своје акте у штампи по Закону о интегрисаном спречавању и контроли загађивања животне средине (члан 23).

Такође у 2017. години потписан је и уговор са нућом Нинамедија за прес клипинг, по већ уобичајеном рецепту – без тендера јер се наручују услуге до 500.000 динара без ПДВ-а. Уговор је потписан пет дана пре краја 2017. године на укупан износ од 600.000 динара са ПДВ-ом, а прва плаћања су била у 2018. години – укупно до половине марта 50.000 динара.

Без уговора, већ по предрачунима и рачунима, Министарство заштите животне средине у 2017. години платило је за оглашавање и ЈП Службени гласник (480.000 динара) и Компанији Новости а.д. (151.200 динара).

МИНИСТАРСТВО ПРОСВЕТЕ, НАУКЕ И ТЕХНОЛОШКОГ РАЗВОЈА

„Угашени“ Танјуг је са Министарством просвете у септембру 2016. године закључио уговор о пружању услуга коришћења сервиса вести и фото сервиса. Укупна вредност је била 220.000 динара.

Министарство је, попут осталих, ангажовало спољне сараднике за праћење објава у медијима. Овог пута ангажовано је друштво Клипинг д.о.о. за цену од 453.600 динара у 2017. години.

РТС-у је у 2016. години исплаћено 500.000 динара за емисију Иновације – корак даље у оквиру пројекта Најбоља техничка иновација. Исти износ плаћен је и 2017. године.



Са издавачким друштвом Рингиер Аксел Шпрингер (издавачем Блица) 2017. године је на основу јавне набавке закључен уговор о објављивању информативних огласа у максималној вредности од нешто више од милион динара. По овом уговору је, према подацима министарства, иплаћено само оно 12.000 динара.

Сличан уговор потписан је на основу јавне набавке 2016. године са издавачким предузећем Епоха из Пожеге, с тим што се услуга односи на објављивање огласа у дневнику Политика. Максимална вредност уговора је 625.000 динара. Интересантно је да је Епохина понуда била једина на тендеру, који је предвиђао да се огласи објављују у новинама које имају просечни дневни тираж од 50.000 примерана, да се дистрибуирају на целој територији Србије, да излазе свакодневно и да објављују све врсте огласа.

И компанија Новости је инкасирао 292.320 динара за потребе објављивања огласа у 2016. години од овог министарства.

МИНИСТАРСТВО КУЛТУРЕ И ИНФОРМИСАЊА

Министарство културе и информисања највеће износе које је забележила Управа за трезор бележи за иплате по основу конкурса за суфинансирање медијских садржаја. Од уговора које нам је то министарство доставило, а који се не односе на категорију суфинансирања, већ на услуге оглашавања у дневним новинама, издвајамо следеће у табели:

Медиј	2016	2017
Ringier Axel Springer	0	3.600.000
Новости а.д.	2.040.000	0

Ипак када се погледа извештај Управе за трезор, уочава се да је фирма Политина новине и магазини приходовала од министарства око 2,9 милиона динара. На конкурсима за суфинансирање медија, Политина се јавља као добитник средстава у износу од 1,7 милиона динара. За коју сврху је Министарство културе и информисања уплатило преостали износ који је забележила Управа за трезор није јасно.

Диспаритет се јавља и у вези са уплатама Компанији Новости. Иако је уговором предвиђен максимални износ од 2.040.000 динара и да уговор престаје да важи исплатом ове цифре – у допису само министарство тврди да је Компанији Новости укупно исплатило скоро 2,7 милиона динара. Министарство је такође на конкурсима за суфинансирање медијских садржаја доделило Компанији Новости у 2016. години и 2017. години оно 1,8 милиона динара.

МИНИСТАРСТВО ФИНАНСИЈА

Према подацима које нам је ово министарство доставило, у 2016. и 2017. години ангажовало је привредно друштво Бета прес за укупну цену од око 750 хиљада динара. Агенција Бета министарству даје на употребу свој Економски сервис о актуелним информацијама који се тичу економије и финансија из целог света.

Поред агенције Бета ангажовали су и већ помињану Нинамедију за прес клипинг (око 850.000 динара).

Преостала министарства пријавила су нешто ниже износе.

Министарство здравља је на пример издвојило око 100.000 динара за „објављивање јавног позива и читуља“ у дневнику Политика.

Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде Танјугу је за ове две године уплатило око 300 хиљада динара за услуге коришћења сервиса вести и фотографија.

Министарство спољних послова једину сарадњу у овој области има са Службеним гласником (мање од 400 хиљада динара).

Новоформирано Министарство за европске интеграције ангажовало је Танјуг за мање од 300.000 динара. Треба поменути да је ово министарство у свом допису Пиштаљци истакло да „није склопило ниједан уговор о медијској сарадњи ни са једном медијском кућом, а да је ова активност планирана у наредном периоду“.

Министарство рударства и енергетике је издвојило нешто значајнији износ за прес клипинг – по око пола милиона динара по години новосадској агенцији Нина медија.

Министарства одбране (министар Александар Вулин), рада (министар Зоран Ђорђевић) и унутрашњих послова (министар Небојша Стефановић) нису нам одговорила на захтев за приступ информацијама од јавног значаја.

У сумарном приказу у табели доле приказани су збирови уплата на рачун медија које је забележила Управа за трезор. Напомињемо да смо резултате расподелили у два реда, први који приказује укупан износ уплата и другу, која укупан износ умањује за уплате по основу накнаде зараде на име боловања, трудничног одсуства, поврата пореза и слично.

Медиј/фирма	Укупан износ уплата	Износ без уплата РФЗО, ПИО, ПУ, Министарства рада – за породилска права
Медија поинт	99.622.020,18	99.622.020,18
Дан граф	78.732.865,11	70.248.421,15
Политика	67.446.732,81	60.689.436,94
Новости	48.465.487,17	38.268.943,93
Рингиер Ансел Шпрингер	46.508.964,14	11.884.369,98
Адриа медиа груп	35.644.028,28	16.849.262,46
ТВ Коперникус	31.905.836,63	29.576.478,00
ТВ Прва	27.138.100,00	27.138.100,00
ТВ Пинк	26.182.423,36	961.500,00
ТВ Б92	19.921.026,34	3.099.896,84
Медијска мрежа (Српски телеграф)	13.932.625,40	12.428.548,64
Нин	13.650.515,22	13.650.515,22
Дајрент медиа	13.292.953,23	0
ТВ Хели	10.245.344,62	569.260,00
Адриа нџуз (Н1)	8.817.868,86	92.000,00
Инсајдер тим (Информер)	7.829.085,00	4.685.106,80
Агенда 2020	5.294.800,00	5.294.800,00
Време	4.236.600,00	4.236.600,00
Рајт	3.023.333,00	3.023.333,00

Треба рећи да је у поменуте износе урачунато и пројектно финансирање медија добијено на основу учешћа на конкурсима за финансирање медијских садржаја које је организовала како држава тако и локалне самоуправе.

Сви подаци добијени су у складу са Законом о слободном приступу информацијама од јавног значаја, а тражене су уплате буџетских корисника на 26 фирми, издавача медија или фирми регистрованих за послове маркетинга.

Добијени подаци обухватају само уплате корисника буџета са рачуна регистрованих код Управе за трезор.

Коначна и прецизна цифра колико држава даје за оглашавање могла би да се добије једино уколико би сваки оно 11.000 корисника јавних средстава доставио истините податке о томе колико троше за оглашавање. Међутим од 65 институција и јавних предузећа које је Пиштаљка контактирала на захтев је одговорило само њих 36.

У овој табели види се да је Медиа поинт фирма која је добила највише буџетског новца. Она је међутим само посредничка агенција о којој је Пиштаљка писала (тај текст наведен је у тексту горе).

Лист Данас је за две године укупно добио 78,7 милиона динара, а у 2016. години чак 28 одсто укупних пословних прихода Дан графа чиниле су уплате државних органа, установа и институција које је регистровала Управа за трезор. Дан граф, по финансијским извештајима за 2016. објављеним на сајту Агенције за привредне регистре послује позитивно, бележи добитак и има 65 запослених. Фирма је у власништву новинара, који су деведесетих напустили редакцију листа Наша Борба и основали Данас.

У пословању Данаса 2017. годину обележио је апел овог листа за финансијску помоћ нада је лист позвао читаоце да помогну донацијом и куповином новина. Из Данаса су навели да су „пред гашењем због масовног отказивања огласа“. Отуда су рекордни износи који су уплаћени фирми Дан граф – изненађење.

Највећи појединачни уплатилац Данасу је један од малобројних опозиционих градова у Србији Шабац, што се може довести у везу са уређивачком политиком овог листа која је изразито опозиционо наклоњена. Шабац је у периоду од почетка 2016. године до краја 2017. године уплатио 9,2 милиона динара Данасу. Од тога 8,1 милион динара уплаћено је у 2017. години, која је била изборна година у Београду који превазилазе локални значај и када је Данас јавности упутио апел за финансијску помоћ.

Трећа на листи је Политика, лист који је традиционално место на коме држава оглашава своје послове и огласе. Према подацима са сајта АПР-а Политика је у 2016. години упркос приходима од оглашавања бележила губитке – финансијски извештаји кажу да је Политика ту годину завршила са губитком од 140,9 милиона динара. У наредној години десио се преокрет па је Политика забележила добитак од 724 милиона динара. У ревизорском извештају стоји да је највећи део тог позитивног салда резултат ослобођења од обавеза (дугова) – оно пола милијарде динара.

У наставну доносимо примере уговора и других докумената о оглашавању државних органа и установа.

На основу члана 116. Закона о јавним набавкама („Службени гласник РС”, број 124/12, 14/15 и 68/15)

ГРАДСКА УПРАВА ГРАДА БЕОГРАДА
Секретаријат за информисање
Београд, ул. Краљице Марије бр. 1

објављује

ОБАВЕШТЕЊЕ О ЗАКЉУЧЕНОМ УГОВОРУ
јавна набавка број 2/17, услуга – Услуга оглашавања у средствима јавног информисања (дневни листови и недељници)

- 1) **Подаци о наручиоцу:** Град Београд, Градска управа града Београда, Секретаријат за информисање, ул. Краљице Марије бр. 1, Београд, www.begrad.rs
- 2) **Врста наручиоца:** Орган јединица локалне самоуправе
- 3) **Предмет јавне набавке:** услуга – Услуга оглашавања у средствима јавног информисања (дневни листови и недељници), назив и ознака из општег речника набавке: 79341000-6 - Услуге оглашавања
- 4) **Уговорена вредност:** 25.000.000,00 динара без ПДВ-а, 30.000.000,00 динара са ПДВ-ом.
- 5) **Број примљених понуда:** 2 (две) понуде.
- 6) **Највиша и најнижа понуђена цена:**
 1. Највиша и најнижа понуђена цена 30.809.135,04 динара без ПДВ-а, односно 36.970.962,05 динара са ПДВ-ом;
 2. 2.725.920,00 динара без ПДВ-а, односно 3.271.104,00 динара са ПДВ-ом.
- 7) **Највиша и најнижа понуђена цена код прихватљивих понуда:**

Највиша и најнижа понуђена цена код прихватљивих понуда износи 30.809.135,04 динара без ПДВ-а, односно 36.970.962,05 динара са ПДВ-ом.
- 8) **Број добављача са којима је уговор закључен:** 1
- 9) **Датум закључења уговора:** 07.07.2017. године
- 10) **Основни подаци о пружаоцу услуге:**

„Media point” д.о.о. из Београда, ул. Антифашистичке борбе бр. 136.
- 11) **Период важења уговора:** годину дана од дана потписивања.
- 12) **Околности које представљају основ за измену уговора:** нису предвиђене.

На основу члана 116. Закона о јавним набавкама („Службени гласник РС”, број 124/12, 14/15 и 68/15)

ГРАДСКА УПРАВА ГРАДА БЕОГРАДА
Секретаријат за информисање
Београд, ул. Краљице Марије бр. 1

објављује

ОБАВЕШТЕЊЕ О ЗАКЉУЧЕНОМ УГОВОРУ
јавна набавка број 2/17, услуга – Услуга оглашавања у средствима јавног информисања (дневни листови и недељници)

- 1) **Подаци о наручиоцу:** Град Београд, Градска управа града Београда, Секретаријат за информисање, ул. Краљице Марије бр. 1, Београд, www.begrad.rs
- 2) **Врста наручиоца:** Орган јединица локалне самоуправе
- 3) **Предмет јавне набавке:** услуга – Услуга оглашавања у средствима јавног информисања (дневни листови и недељници), назив и ознака из општег речника набавке: 79341000-6 - Услуге оглашавања
- 4) **Уговорена вредност:** 25.000.000,00 динара без ПДВ-а, 30.000.000,00 динара са ПДВ-ом.
- 5) **Број примљених понуда:** 2 (две) понуде.
- 6) **Највиша и најнижа понуђена цена:**
 1. Највиша и најнижа понуђена цена 30.809.135,04 динара без ПДВ-а, односно 36.970.962,05 динара са ПДВ-ом;
 2. 2.725.920,00 динара без ПДВ-а, односно 3.271.104,00 динара са ПДВ-ом.
- 7) **Највиша и најнижа понуђена цена код прихватљивих понуда:**

Највиша и најнижа понуђена цена код прихватљивих понуда износи 30.809.135,04 динара без ПДВ-а, односно 36.970.962,05 динара са ПДВ-ом.
- 8) **Број добављача са којима је уговор закључен:** 1
- 9) **Датум закључења уговора:** 13.12.2017. године
- 10) **Основни подаци о пружаоцу услуге:**

„Media point” д.о.о. из Београда, ул. Антифашистичке борбе бр. 136.
- 11) **Период важења уговора:** годину дана од дана потписивања.
- 12) **Околности које представљају основ за измену уговора:** нису предвиђене.

Република Србија
ГРАД ЧАЧАК
ул.Жупана Страшмира бр.2
32000 Чачак
Градоначелник
Број:404-2/11-2017-III/5
Датум: 16.03.2017.год.
ЧАЧАК

На основу члана 108. Закона о јавним набавкама ("Сл. гласник РС" бр..124/2012, 14/2015 и 68/2015),
Градоначелник града Чачка доноси

О Д Л У К У **о додели уговора**

У поступку јавне набавке мале вредности – услуге оглашавања у локалном недељном листу који се дистрибуира на територији Града Чачка и једном дневном листу који се дистрибуира на територији Републике Србије, обликоване по партијама, број 404-2/11-2017-II:

1. **ДОДЕЉУЈЕ СЕ УГОВОР** понуђачу - Заједничка понуда „Чачански глас“доо Чачак (носилац понуде) и „Озон Медиа“доо Чачак, у свему према понуди број 69/2017 од 13.03.2017. године, године, за партију 1 - услуге оглашавања у локалном недељном листу који се дистрибуира на територији Града Чачка,
2. **ДОДЕЉУЈЕ СЕ УГОВОР** понуђачу „Ringer Axel Springer“доо Београд, у свему према понуди број 4396 од 10.03.2017. године, за партију 2 – услуге оглашавања у једном дневном листу који се дистрибуира на територији Републике Србије.

Образложење

Градоначелник града Чачка је дана 27.02.2017.године, донео Одлуку о покретању поступка јавне набавке мале вредности — услуге оглашавања, локалном недељном листу који се дистрибуира на територији Града Чачка и једном дневном листу који се дистрибуира на територији Републике Србије, обликоване по партијама.. Партија 1-услуге оглашавања у локалном недељном листу и Партија 2- услуге оглашавања у једном дневном листу. Процењена вредност јавне набавке је укупно 2.300.000,00 динара без ПДВ-а (партија 1-2.000.000,00 динара без ПДВ-а и партија 2- 300.000,00 динара без ПДВ-а). Набавка иде на терет средстава буџета Града Чачка за 2017. годину, апропријација 7/3, 7/7, 8/1 и 123, економска класификација 423432-објављивање тендера и информативних гласила. Назив и ознака из општег речника набавке –79341000-услуге оглашавања.

Благовремено до задатог рока из конкурсне документације (13.03.2017. године до 10,00 часова) приспеле су 3 (три) понуде од овлашћених понуђача и то: „Медијска мрежа“доо Београд МБ 21167312 (партија 2), „Ringier Axel Springer“доо Београд МБ 17134990 (партија 2) и Заједничка понуда понуђача „Чачански глас“доо Чачак МБ 20145706 (носилац понуде) и „Озон Медиа“доо Чачак (партија 1).

Комисија за јавне набавке је 13.03.2017. године са почетком у 11,00 часова, извршила отварање понуда и приступила стручној оцени понуда о чему је 14.03.2017. године сачинила извештај.

У извештају о стручној оцени понуда Комисија за јавне набавке је констатовала следеће:

I Приспеле понуде су благовремене.

II Понуде понуђача „Медијска мрежа“доо Београд (партија 2), „Ringier Axel Springer“доо Београд (партија 2) и Заједничка понуда понуђача „Чачански глас“доо Чачак (носилац понуде) и „Озон Медиа“доо Чачак (партија 1) су одговарајуће и прихватљиве у смислу члана 3. став 1. тачка 32) и тачка 33) и садрже доказе о испуњавању обавезних и додатних услова за учешће у поступку јавне набавке, захтеваних конкурсном документацијом у складу са чланом 75. и 76. ЗЈН.

Комисија предлаже Наручиоцу да у складу са чланом 107. ЗЈН приспелу прихватљиву понуду вреднује применом критеријума „најнижа понуђена цена“ према обрасцу Бп=Цмин/Цлон x 100:

Редни број	Понуђач	ЕЛЕМЕНТИ ИЗ ПОНУДЕ			
		Партија „1“ укупно у дин. без ПДВ-а	болова	Партија „2“ укупно у дин. Без ПДВ-а	болова
1.	„Медијска мрежа“доо Београд	/	/	132.350,00	89,00
2.	„Ringier axel springer“доо Београд	/	/	118.640,00	100
3.	Заједничка понуда „Чачански глас“дооЧачак (носила понуде) и „Озон Медиа“доо Чачак	131.673,00	100	/	/

На основу члана 105. Закона о јавним набавкама, а у складу са наведеним критеријумом утврђеним у конкурсној документацији, Комисија за јавну набавку у извештају о стручној оцени понуда од 14.03.2017. године, утврдила је да је најповољнија понуда: за партију 1- Заједничка понуда „Чачански глас“дооЧачак (носила понуде) и „Озон Медиа“доо Чачак , број 69/2017 од 13.03.2017. године и за партију 2- понуђача „Ringer Axel Springer“доо Београд, број 4396 од 10.03.2017. године, те је на основу члана 108. став 1. ЗЈН, одлучено као у изреци ове одлуке.

Са понуђачем из изреке ове одлуке ће се, према моделу из конкурсне документације, закључити уговор о набавци услуга које су предмет ове јавне набавке.

Правно средство: Против ове одлуке понуђач може наручиоцу поднети захтев за заштиту права у року од пет дана од дана објављивања одлуке на Порталу јавних набавки. Садржина захтева утврђена је чланом 151. Закона о јавним набавкама. Копија захтева истовремено се доставља Републичкој комисији за заштиту права. Уплата Републичке административне таксе у износу од 60.000,00 динара врши се на текући рачун Буџета РС, број 840-30678845-06, шифра плаћања: 153 или 253, позив на број 97 50-016, сврха Републичка административна такса са назнаком набавке на коју се односи.

ГРАДОНАЧЕЛНИК
ГРАДА ЧАЧКА
Милун Тодоровић



Кабинет извршног одбора

Деловодни број: *31-1738*

Датум: *10. 01. 2017*

На основу члана 108. Закона о јавним набавкама ("Службени гласник РС", бр.124/12, 14/15 и 68/15), члана 46. став 1. тачка 10) Статута АД Аеродром Никола Тесла Београд (бр. 5875 од 01.11.2016. године – пречишћен текст) и Извештаја о стручној оцени понуда за јавну набавку услуге у отвореном поступку "Штампа и издавање аеродромског часописа" број 57/2016 ОП број 31-1421/1/5 од 06.01.2017.године, по Плану јавних набавки за 2016. годину, в.д. генералног директора доноси

ОДЛУКУ О ДОДЕЛИ УГОВОРА

Додељује се уговор у отвореном поступку јавне набавке услуге "Штампа и издавање аеродромског часописа" број 57/2016 ОП понуђачу "Medijska mreža DOO" Beograd – Стари Град, са седиштем у Београду, ул. Трг Николе Пашића бр.7/2, матични број: 21167312; ПИБ: 109355177, заводни број понуде 31-1421/1-3, у укупној вредности од 6.244.000,00 РСД, без ПДВ, на основу критеријума најнижа понуђена цена.

ОБРАЗЛОЖЕЊЕ

- 1) Предмет јавне набавке су услуге: "Штампа и издавање аеродромског часописа".
- 2) Подаци из Плана јавних набавки за 2016. годину: услуге, позиција под редним бр. 26.
- 3) Процењена вредност јавне набавке: 15.000.000,00 динара без ПДВ.
- 4) Основни подаци о понуђачима који су поднели понуду:
 - „GLOSSY MEDIA“ DOO BEOGAD, Beograd, са седиштем у Београду, ул. Влајковића 6, матични број: 08810478; ПИБ: 103300766, заводни број понуде 31-1421/1-1
 - "Ringier Axel Springer" d.o.o., Beograd, са седиштем у Београду, ул. Жоржа Клемансоа бр. 19, матични број: 17134990; ПИБ: 100000889, заводни број понуде 31-1421/1-2
 - "Medijska mreža DOO" Beograd – Стари Град, са седиштем у Београду, ул. Трг Николе Пашића бр.7/2, матични број: 21167312; ПИБ: 109355177, заводни број понуде 31-1421/1-3
- 5) Неблаговремене понуде: Понуда понуђача ADRIA MEDIA GROUP d.o.o., Влајковићева бр.8, 11000 Београд, бр. 31-1421/1-4 од 30.12.2016. године пристигла је дана 30.12.2016.године у 11:55часова, а рок за достављање понуда је био истог дана до 10:00 часова. С обзиром да је предметна понуда поднета путем поште као доказ о времену приспећа је потписани и оверен документ – Испоручени списак – Испорука пошиљака преко поштанског прегратка за 30.12.2016.године Поште 11180 Београд 59.
- 6) Критеријум за избор најповољнијег понуђача је најнижа понуђена цена.
- 7) Комисија за предметну јавну набавку извршила је преглед и стручну оцену приспелих понуда и утврдила следеће:
 - а) Понуда понуђача „GLOSSY MEDIA“ DOO BEOGAD, Beograd, са седиштем у Београду, ул. Влајковића 6, матични број: 08810478; ПИБ: 103300766, заводни број понуде 31-1421/1-1 је **неприхватљива и као таква се одбија**, из следећих разлога:

Одлука о додели уговора

Понуђач није доставио:

- Узорак изгледа насловне стране аеродромског магазина са називом који је Наручилац понудио (GATE или ТЕРМИНАЛ) у пуном колору и димензија А4
- Копије дипломе за лектора и преводиоца

Укупна вредност понуде: 6.880.000,00 РСД, без ПДВ.

б) Понуда понуђача "Ringier Axel Springer" d.o.o., Beograd, са седиштем у Београду, ул. Жоржа Клемансоа бр. 19, матични број: 17134990; ПИБ: 100000889, заводни број понуде 31-1421/1-2 је **неприхватљива и као таква се одбија**, из следећих разлога:

Понуђач није доставио:

- Извештај о рачуноводственом и финансијском стању – биланс успеха и биланс стања, односно извештај овлашћеног ревизора у случајевима где је то законом прописано за последње три године (2013., 2014., 2015. година), односно, ако је понуђач регистрован касније, за период од регистрације
- Извод из Регистра медија који се води код Агенције за привредне регистре
- Изјава о техничкој опремљености за предметну јавну набавку, у којој ће бити назначена адреса пословног простора, на меморандуму Понуђача, оверену и потписану од стране овлашћеног лица Понуђача и копија власничког листа или Уговора о закупу или уговора о пословно техничкој сарадњи за услугу штампања
- Доказе о запослењу или радном ангажовању лица наведених у Изјави о кадровском капацитету
- Копије дипломе за лектора и преводиоца
- Узорак изгледа насловне стране аеродромског магазина са називом који је Наручилац понудио (GATE или ТЕРМИНАЛ) у пуном колору и димензија А4

Укупна вредност понуде: 6.571.200,00 РСД, без ПДВ.

в) Понуда понуђача "Medijska mreža DOO" Beograd – Стари Град, са седиштем у Београду, ул. Трг Николе Пашића бр.7/2, матични број: 21167312; ПИБ: 109355177, заводни број понуде 31-1421/1-3 је **прихватљива**.

Укупна вредност понуде: 6.244.000,00 РСД, без ПДВ.

8) Ранг листа прихватљивих понуда применом критеријума најнижа понуђена цена:

Ред бр.	Архивски број	Понуђач	Укупна вредност понуде, без ПДВ	Начин плаћања
1.	31-1421/1-3	MEDIJSKA MREŽA DOO BEOGRAD-STARI GRAD	6.244.000,00 РСД	Одложено у року од 30 дана

Ред бр.	Архивски број	Понуђач	Рок за почетак пружања услуге	Рок важења понуде
1.	31-1421/1-3	MEDIJSKA MREŽA DOO BEOGRAD-STARI GRAD	25 дана од дана закључења уговора	120 дана

ПОУКА О ПРАВНОМ ЛЕКУ:

Против ове одлуке понуђач може наручиоцу поднети захтев за заштиту права у року од 10 дана од дана објављивања одлуке на Порталу јавних набавки.

в.д. генералног директора



Саша Владиславић, дипл. инж.

Достављено:

- Кабинет извршног одбора
- Комерцијално пословање и маркетинг
- Логистика – Јавне набавке
- Финансије
- а/а

Opis	Opis	Br.	Opis	Opis
1	06	250/2017		

RAČUN br. 78/017

DATUM: 08.03.2017.
 RAČUN # 78/017

RAČUN ZA
 RAZVOJNA AGENCIJA SRBIJE
 Kneza Miloša 12
 11 000 Beograd
 PIB: 109336535

Datum prometa usluga i dobara: 08.03.2017.

OPIS	OSNOVICA	PDV	UKUPNO
Insertacija u Informeru			
1. Objava Insertera u Informeru 08.03.2017.	208,575.00 Din.	41,715.00 Din.	250,290.00 Din.
2. Agencijska usluga konsaltinga za društvene mreže	6,257.25 Din.	1,251.45 Din.	7,508.70 Din.
	214,832.25 Din.	42,966.45 Din.	257,798.70 Din.

Komentar:

1. Firma DNA Communications d.o.o. je u sistemu PDV-a.
2. Rok za uplatu: 15 dan od datuma izdavanja fakture

PDV	20.00%
PDV iznos	42,966.45 Din.
Total	257,798.70 Din.

Westo 1 datum izdavanja računa:
 Beograd,
 08.03.2017.

Uplatu možete izvršiti na sledeće tekuće račune:
 355-0003200098424-11 kod Vojvodanske banke A.D.
 220-26055-12 kod ProCredit Bank A.D.



Za DNA Communications d.o.o.
 Tijana Dermanović Planojević

Tijana Dermanović Planojević

Preduzeće za marketing, Izdavačku delatnost,
radio i televiziju D.O.O.

happy TV

Br. 28.01 2016 год.
Београд - Замун

ДРУШТВО С А П О М А К И Н Е М О Д Р У Ш Т В О
"Д Р Ж А В Н А Л У Т Р И Ј А С Р Б И Ј Е"
Бр. 48611-16
28.01. 2016 год.
БЕОГРАД, Токонка 4-6

У Г О В О Р О П О С Л О В Н О Ј С А Р А Д Њ И

Закључен у Београду, дана 28.01.2016. године, између:

ПРЕДУЗЕЋЕ ЗА МАРКЕТИНГ, ИЗДАВАЧКУ ДЕЛАТНОСТ, РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЈУ НАРРУ ТВ ДОО Београд, ул. Александра Дупчека бр.14, матични број: 17004301, ПИБ:100295660, уписана у регистар привредних субјеката Агенције за привредне регистре решењем о превођењу БД 5914/2005 од 11.04.2005. године, коју заступа генерални директор Александра Крстић (у даљем тексту: **Нарру ТВ**)

и
«Државне лутрије Србије» д.о.о. Београд, ул. Ускочка бр.4-6, Београд, матични број: 17590987, ПИБ: 103610932, уписана у регистар привредних субјеката Агенције за привредне регистре решењем о превођењу БД 6275/2005 од 11.7.05. године, коју заступа вршилац дужности директора, Ненад Лазаревић (у даљем тексту: **Државна лутрија Србије**)

Уговорне стране споразумеле су се о следећем:

ПРЕАМБУЛА

Уговорне стране сагласно констатују следеће:

- да је Нарру ТВ д.о.о. привредно друштво регистровано и специјализовано за производњу и емитовање телевизијског програма, са важећом дозволом регулаторног тела за електронске медије за емитовање телевизијског програма „Нарру ТВ“ са националним покривањем у Републици Србији;
- да је Државна лутрија Србије привредно друштво основано Одлуком Владе Републике Србије у складу са Законом о играма на срећу («Службени гласник РС», бр.84/04 и 85/05), у циљу обављања делатности од општег интереса за Републику Србију - приређивање класичних игара на срећу ради остваривања средстава која су приход буџета Републике Србије;
- да Државна лутрија Србије има ексклузивно право приређивања класичних игара на срећу у складу са Законом о играма на срећу;
- да Државна лутрија Србије има обавезу да се у директном ТВ преносу обави јавно извлачење бројева класичне игаре на срећу „ТВ БИНГО“;
- да се јавно извлачење бројева у класичној игри на срећу „ТВ БИНГО“ обавља према заједнички усвојеном идејном концепту на коме ће почивати програмска форма и садржај ТВ емисије класичне игаре на срећу „ТВ БИНГО“;
- да уговорне стране виде заједнички интерес у погледу производње/продукције и телевизијског емитовања емисије из предходне алинеје ове Преамбуле.

ПРЕДМЕТ УГОВОРА

Члан 1.

Предмет овог уговора је регулисање међусобних права и обавеза уговорних страна у вези са производњом/продукцијом и телевизијским емитовањем емисије у оквиру које ће се вршити јавна извлачења бројева класичне игаре на срећу „ТВ БИНГО“ (у даљем тексту: **БИНГО емисије**), а у периоду од 01. фебруара 2016. године до 31. јануара 2017. године или раније уколико Нарру ТВ

изгуби право на националну фреквенцију или наступи забрана емитовања програма Harry TV , услед којих изостаје интерес Државне лутрије Србије за даљу реализацију овог уговора.

ПРОИЗВОДЊА БИНГО ЕМИСИЈА И НАКНАДА ЗА ЕМИТОВАЊЕ БИНГО ЕМИСИЈА

Члан 2.

Уговорне стране су сагласне да у периоду важења овог уговора, произведу БИНГО емисију за свако коло класичне игре на срећу ТВ БИНГО, у оквиру посебне БИНГО емисије, за коју је планирано да се емитује понедељком у термину 19:55 часова, у трајању од 20 (двадесет) до 30 (тридесет) минута нето свака, почев од БИНГО емисије за 04. редовно коло игре на срећу ТВ БИНГО у 2016. години, односно од 01. фебруара 2016. године.

Државна лутрија Србије је, као приређивач класичне игре на срећу ТВ БИНГО у обавези да обезбеди у сваком колу све што је потребно за извлачење бројева у оквиру сваке БИНГО емисије (буџет за извлачење, техничку подршку у софтверу и графици за извучене бројеве током емитовања уживо) што посебно укључује, без ограничења, обезбеђење овлашћених радника који руководе извлачењем, као и потребног броја чланова комисије, све у складу са Правилима класичне игре на срећу ТВ БИНГО и Законом о играма на срећу Републике Србије («Службени гласник РС», бр.88/2011 и 93/2012).

Целокупна извршна продукција БИНГО емисије је обавеза Harry TV, што укључује: обезбеђење сценографије, продукциону опрему и технику потребну за реализацију БИНГО емисија, агрегат за непрекидно напајање електричном енергијом, израду и поставку сценарија, ангажовање водитеља и резервног водитеља, као и свог другог техничког и продукционог особља (редитеља, извршног продуцента, директора фотографије, организатора, секретарицу режије, видео миксер, контролу расвете, контролу камере, техничко вођство, тонског сниматеља, графичаре за израду и реализацију шлица и потписа) , а све уз претходну сагласност Државне лутрије Србије. Свака додатна измена сценографије као и додатни продукциони захтеви иду у односу на првостављену сценографију и продукционо техничке захтеве емисије иде на трошак Државне лутрије Србије што ће се регулисати Анкесом овог Уговора.

Државна лутрија Србије се обавезује да Harry TV као извршном продуценту ТВ БИНГО емисије исплати накнаду у висини од **1820,76 ЕУР** (словима: хиљадуосамстотинадвдесет еура седамдесетшестеуроценти) бруто, који износ укључује ПДВ од 20%, у динарској противвредности по средњем курсу НБС на дан испостављања фактуре, по свакој појединачној БИНГО емисији. Државна лутрија Србије се обавезује да Harry TV исплати месечну накнаду на име продукције ТВ БИНГО емисија у том месецу, које се тичу класичне игре на срећу ТВ БИНГО, након испостављања фактуре од Harry TV за претходни месец, најкасније у року од 15 дана од дана пријема фактуре од стране Harry TV, при чему се под пријемом фактуре подразумева и пријем скениране оверене и потписане фактуре са свим елементима од стране Harry TV, електронским путем.

Додатно, Државна лутрија Србије се обавезује да Harry TV као извршном продуценту ТВ БИНГО емисија исплати једнократну накнаду за сценографију, креативни концепт емисије, најавну и одјавну шлицу БИНГО емисије, као и емитовање промотивног спота ради промене програмске шеме због преласка БИНГО емисије на Harry TV чије ће емитовање ићи од 28. јануара 2016. до 01. фебруара 2016. године, уз претходну сагласност Државне лутрије Србије на садржај истих, у висини од бруто **20.000,00 ЕУР** (словима: двадесетхиљада еура) укључујући ПДВ од 20%, у

динарској противвредности, по средњем курсу Народне банке Србије на дан издавања фактуре, у року од 15 дана од дана пријема фактуре издате од стране од стране Нарру TV, при чему се под пријемом фактуре подразумева и пријем скениране оверене и потписане фактуре са свим елементима од стране Нарру TV, електронским путем.

ЕМИТОВАЊЕ БИНГО ЕМИСИЈА

Члан 3.

Уговорне стране сагласно констатују да ће се БИНГО емисије емитовати директно (“уживо”) једанпут недељно, сваког понедељка у 19:55 часова у периоду важења овог уговора, и то почев од дана 01. фебруара 2016. године у *Prime Time* термину. Ради избегавања сваке сумње, уговорне стране сагласно констатују да се под *Prime Time-ом* у смислу овог става уговора подразумева период од 19:55 до 21:00 часова.,

Уговорне стране сагласно констатују да ће се БИНГО емисија емитовати понедељком из разлога што је тако предвиђено Правилима класичне игре на срећу ТВ БИНГО, те да измена овог дана извлачења може бити могућа једино по добијању сагласности и објављивању Одлуке Државне лутрије Србије о промени дана извлачења у овој игри на срећу, а имајући у виду да по Закону о играма на срећу, измена дана извлачења захтева сагласност Министарства финансија. Нарру TV се обавезује да 15 (петнаест) дана пре планиране измене најави Државној лутрији Србије промену дана извлачења. У случају промене дана извлачења, услед разлога који су на страни Нарру TV, а уз прибављену сагласност Државне лутрије Србије, Нарру TV се обавезује да путем ПР активности обавести јавност путем свог ТВ програма, а на дан извлачења обавести форшпанима (најавама), кроловима и кроловима преко емисије која је померила дан извлачења са текстом када ће се обавити ТВ пренос извлачења бројева игре ТВ БИНГО, без накнаде Државној лутрији Србије.

Уговорне стране се обавезују да ће о променама уговорених термина БИНГО емисије, обавестити другу Уговорну страну 15 (петнаест) дана раније од дана када се планира промена термина БИНГО емисије. У случају промене термина услед измене програмске шеме Нарру TV, уз претходну сагласност Државне лутрије Србије, Нарру TV се обавезује да путем ПР активности обавести јавност путем свог ТВ програма, а на дан извлачења обавести форшпанима (најавама), кроловима и кроловима преко емисије која је померила термин извлачења са текстом када ће се обавити ТВ пренос извлачења бројева игре „ТВ БИНГО”, без накнаде Државној лутрији Србије.

У случају приређивања редовних и ванредних кола са специјалним добитцима у игри на срећу ТВ БИНГО, Нарру TV се обавезује да произведе и емитује додатне и специјалне БИНГО емисије у *Prime Time* терминима усаглашеним са Државном лутријом Србије, и то током Новогодишњих, Божићних, Ускршњих празника као и током других редовних кола са специјалним добитцима, која Државна лутрија Србије приреди другим поводом – у термину према диспозицији Државне лутрије Србије. Накнада за производњу емисија из овог става утврђује се у истој висини као и накнада из члана 2. става 4. уговора (за редовне емисије), само под условом да не постоје нови продукциони, технички или сценографски захтеви

Члан 4.

Државна лутрија Србије се обавезује да у периоду трајања овог Уговора од 01. фебруара 2016. до 31. јануара 2017. године потроши минимално 1750 EQ GRPS, а Нарру TV исте обезбеди током 23-сатног емитовања програма, по цени од 50 еура нето цене CPP на основу Медија плана Државне

лутрије Србије за оглашавање игре ТВ БИНГО. Уколико Државна лутрија Србије благовремено (у року од 24 сата пре планираног емитовања огласне поруке) исто не најави Нарру TV уз посредство агенције, Нарру TV ће предложити алтернативни термин, за који је потребна сагласност Државне лутрије Србије.. У случају да Државна лутрија Србије потроши додатне GRPS преко минималног износа од 1750, исти би се тарифирали по цени, не већој, од 50 еура нето CPP.

Државна лутрија Србије се обавезује да Нарру TV, на име емитовања огласних порука из претходног става, након испостављања фактуре од стране Нарру TV за претходни месец, исплати фактурисани износ најкасније у року од 15 дана од дана пријема фактуре од стране Нарру TV, при чему се под пријемом фактуре подразумева и пријем скениране оверене и потписане фактуре са свим елементима од стране Нарру TV, електронским путем, а све у динарској противвредности по средњем курсу Народне банке Србије на дан издавања фактуре од стране Нарру TV.

У случају да пре 31. јануара 2017. године, Нарру TV изгуби право на националну фреквенцију или наступи забрана емитовања програма Нарру TV, услед којих изостаје интерес Државне лутрије Србије за даљу реализацију овог уговора, Државна лутрија Србије нема обавезу да потроши минимално дефинисан износ од 1750 EQ GRPS.

За емитовање по овом уговору важи примена линеарног коефицијента за дужину спота.

Уговорне стране су сагласне да су рејтинг подаци АГБ-а (заокружени на два децимална места) једино меродавна јединица према којој ће се вршити сви обрачуни реализација кампања. Уколико је рејтинг поен 0,00 одређује се вредност рејтинг поена 0,01.

У случају да Државна лутрија Србије не предложи концепт, који је у складу за важећим законима у моменту емитовања емисије БИНГО, којим би се попунило време у току емисије потребно за обезбеђење услова за наредно извлачење, Нарру TV може ово време користити за рекламни блок, с тим што у истом мора омогућити 20 секунди бесплатне рекламне простора ради оглашавања неког од брендова Државне лутрија Србије, осим бренда Лото.

У случају да Државна лутрија Србије предложи концепт којим би се попунило време у току емисије потребно за обезбеђење услова за наредно извлачење, Нарру TV се обавезује да поступи по концепту, уколико исти не захтева продукционе, техничке и сценографске промене.

Нарру TV може и поред реализације концепта Државне лутрије Србије, потребно време за обезбеђење услова за наредно извлачење, користити за рекламни блок, с тим што у истом мора омогућити 20 секунди бесплатне рекламне простора ради оглашавања неког од брендова Државне лутрија Србије, осим бренда Лото.

Члан 5.

Државна лутрија Србије се обавезује да Нарру TV-у на име ангажовања по овом уговору, односно на име додатне промоције игре ТВ БИНГО, као програмског садржаја Нарру TV, која би довела до повећања бруто промета игре на срећу ТВ БИНГО, а у случају да у периоду важења уговора (01.02.2016-31.01.2017. године) остварени бруто промет игре на срећу ТВ БИНГО пређе износ од **660.000.000,00 РСД** (660.000.001,00 и више), који износ укључује ПДВ, исплати накнаду у висини од **0.5%** бруто на целокупно остварени бруто промет игре на срећу ТВ БИНГО.

Уговорне стране сагласно констатују да ће остварена накнада из става 1. овог члана бити фактурисана од стране Нарру TV, а на основу обрачуна о оствареном промету који ће Државна лутрија Србије испоставити најкасније 5 дана по истеку овог уговора. Уз фактуру Нарру TV се обавезује да достави извештај о реализацији емитованог програмског садржаја из АГБ базе података. Државна лутрија Србије се обавезује да Нарру TV, након испостављања фактуре од стране Нарру TV, исплати фактурисани износ најкасније у року од 15 дана од дана пријема фактуре, при чему се под пријемом фактуре подразумева и пријем скениране оверене и потписане фактуре са свим елементима од стране Нарру TV, електронским путем.

Члан 6.

Пред свако емитовање БИНГО емисија Нарру TV је дужана да обезбеди Студио минимум 2 (два) сата пре почетка емисије ради изношења, постављања, повезивања и пробе технике Државне лутрије Србије од стране овлашћених лица Државне лутрије Србије.

Нарру TV је дужан да техничку опрему за БИНГО емисије чува у контролисано – обезбеђеном простору у својим просторијама, између емитовања емисија, за време трајања овог уговора. Приликом примопредаје опреме у присуству овлашћених представника уговорних страна, исти ће потписати Записник о примопредаји. У случају настанка штете на опреми, или онемогућавања приступа истој, у периоду између две емисије, када је Државна лутрија Србије одложила опрему, Нарру TV сноси одговорност за насталу штету.

ОДГОВОРНОСТ ДРЖАВНЕ ЛУТРИЈЕ СРБИЈЕ КАО ПРИРЕЂИВАЧА КЛАСИЧНЕ ИГРЕ НА СРЕЋУ ТВ БИНГО

Члан 7.

Ради избегавања сваке сумње, уговорне стране сагласно констатују да је Државна лутрија Србије, као приређивач, искључиво одговорна за исправност и законитост начина приређивања класичне игре на срећу ТВ БИНГО, а посебно, без ограничења за исправност извлачења у сваком колу.

Додатно, уговорне стране сагласно констатују и да је Државна лутрија Србије, као приређивач, искључиво одговорна према учесницима класичне игре на срећу ТВ БИНГО, да Нарру TV закључењем овог уговора не предузима никакве обавезе према учесницима, те да ће Државна лутрија Србије сваки евентуални захтев истакнут од стране наведених лица према Нарру TV непосредно регулисати са наведеним лицима.

ОГРАНИЧЕЊЕ ОДГОВОРНОСТИ НАРРУ КАО ЕМИТЕРА ИГАРА НА СРЕЋУ ТВ БИНГО

Члан 8.

У случају да искључивом кривицом Нарру TV односно овлашћених лица Нарру TV ангажованих на производњи БИНГО емисије настану технички проблеми услед којих дође до привременог и/или трајног прекида директног емитовања било које БИНГО емисије, тако да извлачење бројева у том конкретном колу мора бити поновљено и то у року од 24 сата у *Prime Time* термину, у смислу члана 3. става 1. уговора, а у складу са Правилима класичне игре на срећу ТВ БИНГО и

5

Законом о играма на срећу, Happy TV је дужна да обезбеди о свом трошку форшпане (најаве) и кролове о насталој промени термина. Happy TV се обавезује да самостално сноси трошкове реализације те конкретне БИНГО емисије у оквиру које ће се поновити извлачење у предметном колу и то у висини накнаде прописане чланом 2. ставом 4. овог уговора.

Ради избегавања сваке сумње, уговорне стране сагласно констатују да се у случају из претходног става овог члана уговора Happy TV не може сматрати одговорним према учесницима игара на срећу ТВ БИНГО.

У случају да искључивом кривицом Happy TV настану технички проблеми услед којих наступи привремени или трајни прекид директног емитовања било које БИНГО емисије, тако да извлачење бројева у том конкретном колу мора бити поновљено и то у року од 24 сата у *Prime Time* термину, у смислу члана 3. става 1. Уговора, Happy TV се обавезује да објави саопштење у коме ће се навести разлози настанка техничких проблема и то на дан извлачења које је прекинуто или наредног дана.

ДРУГА ПРАВА И ОБАВЕЗЕ УГОВОРНИХ СТРАНА

Члан 9.

Уговорне стране се обавезују на потпуну међусобну сарадњу поводом свих питања везаних за овај уговор.

Ради успешне реализације производње/продукције и телевизијског емитовања БИНГО емисије Happy TV се обавезује да сходно својим могућностима и у границама позитивних прописа Републике Србије медијски промовише БИНГО емисије, у складу са концептом и идејним решењем који је резултат заједничког договора постигнутог између уговорних страна, при чему се Happy TV обавезује да у својој режији и о свом трошку обезбеди наведене промотивне механизме и алате неопходне за промовисање БИНГО емисије, односно водитеља и резервног водитеља, кроз промоцију у својим емисијама и на други пригодан начин у оквиру програма Happy TV, што подразумева продукцију и емитовање форшпана (најава), вести, документарних материјала и других садржаја примереним класичној игри на срећу ТВ БИНГО и експонирању Државне лутрије Србије као друштвено одговорног приређивача о чему ће се уговорне стране заједнички договорити, промоцију БИНГО емисија на званичној веб страници Happy TV www.happytv.tv, кроз налоге Happy TV на друштвеним мрежама и слично, објаву резултата извлачења на телетексту.

Такође, ради успешне реализације производње/продукције и телевизијског емитовања БИНГО емисија Државна лутрија Србије се обавезује да:

- Happy TV благовремено доставља све информације и податке од значаја за реализацију БИНГО емисија, укључујући ту посебно податке о укупној уплати у сваком конкретном колу, фонду добитака, број продатих потврда о уплати и слично;

- Happy TV благовремено доставља предлоге за реализацију прилога који ће се емитовати у оквиру Емисије, уколико за то постоје продукциони и технички услови Happy TV, као и контакт податке играча Државне лутрије Србије о којима ће се сачињавати прилози, уз њихову претходну сагласност, који ће се емитовати у оквиру Емисије, и који су у одређеној мери резултат учешћа у класичним играма на срећу Државне лутрије Србије и/или друштвено одговорног пословања Државне лутрије Србије.

Стране сагласно констатују да је по овом уговору Државна лутрија Србије овлашћена да, у оквиру обезбеђивања добитака за класичну игру на срећу ТВ БИНГО, са добављачима добитака самостално уговара Product placement тј. пласирање робе, у складу са маркетиншким концептом игре као и важећим законима и важећим стандардима у приређивању игре на срећу ТВ БИНГО. Са овим у вези, уговорне стране даље сагласно констатују да ће се искључиво Државна лутрија Србије сматрати одговорном за Product placement тј. пласирање робе коју је самостално уговорио, тако да Happy TV нема апсолутно никакву одговорност у вези са информацијама које даваоци пласиране робе саопштавају јавности на наведени начин.

Product placement тј. пласирање робе у оквиру БИНГО емисије је дозвољен за промовисање других садржаја Државне лутрије Србије, осим брeнда ЛОТО, а све у складу са Законом о оглашавању и Закону о електронским медијима.

КОРЕСПОНДЕНЦИЈА

Члан 10.

Сва обавештења уговорних страна достављена на основу или поводом примене овог уговора достављаће се лично, факсом или брзом поштом преко адреса уговорних страна из заглавља овог уговора, или на ону адресу коју прималац достави другој страни за потребе ове клаузуле, односно електронском поштом, и то:

За Happy TV Александра Крстић законски засупник (aleksandra.krstic@happytv.rs) и happy@happytv.rs и Марина Павловић, директор маркетинга и продаје (marina.pavlovic@happytv.rs);

За Државну лутрију Србије Ненад Лазаревић, законски заступник (nenad.lazarevic@lutrija.rs) и Марко Радовић, директор маркетинга и продаје (marko.radovic@lutrija.rs).

ПОСЛОВНА ТАЈНА

Члан 11.

Уговорне стране су сагласне да услови, подаци и информације у вези реализације овог уговора представљају пословну тајну, те да исти неће бити саопштавани трећим лицима, осим у случају одговарајућих захтева надлежних државних органа.

Пословну тајну дужни су да чувају власници, запослени, као и сва друга лица ангажована у фирмама уговорних страна која на било који начин сазнају за услове, податке или информације које се сматрају пословном тајном.

Уговорна страна која је објавила или искористила услов, податак односно информацију која представља пословну тајну обавезна је да надокнади другој уговорној страни проузроковану штету.

Обавеза чувања пословне тајне траје за све време трајања овог уговора, као и након престанка важења истог.

ВИША СИЛА

Члан 12.

У случају да након закључења овог уговора наступе околности за које уговорне стране нису могле знати да ће наступити или нису могле предвидети, спречити их, нити отклонити, као што су примера ради елементарна непогода, епидемије, пожар, експлозије, нестанак електричне енергије, штрајк, грађански немири, ратна разарања, акти органа власти од утицаја на извршење обавеза и слично, а које околности односно догађаји онемогућавају или битно отежавају испуњење уговорних обавеза, уговорна страна код које су наступиле односно која је погођена наведеним околностима односно догађајима, ослобађа се одговорности за неблаговремено, делимично или потпуно неиспуњење обавеза, ако је неиспуњење била последица таквих околности односно догађаја (у даљем тексту: "Виша сила").

Уговорна страна погођена Вишом силом дужна је да у року од 5 дана од настанка Више силе обавести другу уговорну страну о настанку, врсти и евентуалном трајању Више силе.

Уговорна страна која у року наведеном у претходном ставу овог члана не обавести другу уговорну страну о настанку и престанку Више силе, сносиће све последице које из наведеног проистекну и биће обавезна да надокнади другој уговорној страни сву штету насталу услед недостављања или неблаговременог достављања обавештења, изузев ако настанак Више силе спречава слање таквог обавештења.

За време трајања Више силе, обавезе уговорних страна мирују и не примењују се санкције због неизвршења уговорних обавеза у року.

ТРАЈАЊЕ И РАСКИД УГОВОРА

Члан 13.

Овај Уговор се закључује на одређено време и то на период од дана 01. фебруара 2016. године па до 31. јануара 2017. године, или раније уколико Нарру TV изгуби право на националну фреквенцију или или наступи забрана емитовања програма Нарру TV , услед којих изостаје интерес Државне лутрије Србије за даљу реализацију овог уговора.

Уговорне стране су сагласне да ће се у случају евентуалног наставка производње/продукције и телевизијског емитовања БИНГО емисије закључити Анекс овог уговора.

Уговор се може раскинути споразумно у било које доба само под условом да је такав споразум о раскиду сачињен у писаној форми и потписан од стране овлашћених лица обе уговорне стране.

Уколико Нарру TV изгуби право на националну фреквенцију или наступи забрана емитовања програма Нарру TV , услед којих изостаје интерес Државне лутрије Србије за даљу реализацију овог уговора, уговорне стране су сагласне да ће уговор бити раскинут. Нарру TV обавезује да одмах по сазнању о наступању околности које се тичу губитка права на националну фреквенцију или забране емитовања програма, обавести Државну лутрију Србије без одлагања.

Свака уговорна страна има право да једнострано раскине овај уговор уколико друга уговорна страна не испуњава неку од обавеза предвиђених овим уговором, а посебно у случају да такво понашање не престане ни по писаном упозорењу у накнадно остављеном року од најмање 15 (петнаест) дана. Отказни рок у случају једностраног раскида уговора износи 45 (четрдесетпет) дана од дана слања писаног обавештења, с тим да у овај рок не улази рок од 15 (петнаест) дана из

писаног упозорења. Уговорна страна која је скривила раскид уговора у смислу овог става, дужна је другој надокнадити тако насталу штету.

ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 14.

Анекс овог уговора производиће правно дејство само под условом да је сачињен у писаној форми и потписане од стране овлашћених лица обе уговорне стране.

Члан 15.

Све евентуалне спорове у вези са реализацијом уговора уговорне стране ће покушати да реше мирним путем.

Уколико говорне стране не постигну споразумно решење, уговара се надлежност Привредног суда у Београду.

Члан 16.

На друга питања која нису регулисана овим уговором непосредно се примењују одредбе Закона о облигационим односима, Закона о играма на срећу и други одговарајући прописи Републике Србије.

Члан 17.

Уговор је сачињен у 8 (осам) примерка, од којих свака уговорна страна задржава по 4 (четири) примерка.

Happy TV д.о.о.
Генерални директор
Александра Крстић



"Државна лутрија Србије" доо Београд
Вршилац дужности директора
Ненад Лазаревић



(Handwritten signature)

pištaljka.rs

Пиштаљка је први сајт за истраживање
корупције и заштиту узбуњивача.

Пиштаљка је оснивач јединог правног
Саветовалишта за узбуњиваче на Балкану.

Оснивачи Пиштаљке су новинари-узбуњивачи.

Правно саветовалиште

063 774 52 84



FONDACIJA ZA OTVORENO DRUŠTVO, SRBIJA
OPEN SOCIETY FOUNDATION, SERBIA

Ова публикација објављена је уз подршку
Фондације за отворено друштво