

Skupština Glavnog grada

Predsjedniku Skupštine

Gdinu Srđanu Periću

Crna Gora
Pisarnica - Glavni grad - Podgorica

15.10.26

Primljeno:				
Org. jed.	Jed. s'ba znak	Redni broj	Prilog	Vrijednost
02	- 016	26	-	921

Predmet: Podnošenje predloga Odluke o načinu korišćenja reklamnog i marketinškog prostora na imovini i u institucijama Glavnog grada - Podgorice

Poštovani gdine Periću,

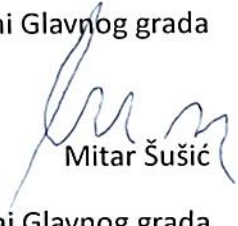
Dostavljamo Vam predlog Odluke o načinu korišćenja reklamnog i marketinškog prostora na imovini i u institucijama Glavnog grada - Podgorice i molimo Vas da se ona uvrsti u dnevni red prve naredne sjednice Skupštine Glavnog grada.

Pored teksta predloga odluke naveden je i pravni osnov, razlozi za donošenje odluke, objašnjenje pojedinačnih odredaba i procjena sredstava za sprovođenje odluke.

Podgorica, 15.10.2026. godine


Mirza Krnić

Odbornik u Skupštini Glavnog grada


Mitar Šušić

Odbornik u Skupštini Glavnog grada

Na osnovu člana 38 Zakona o lokalnoj samoupravi („Službeni list CG", br. 2/18, 34/19, 28/20, 50/22, 84/22, 81/25 i 98/25), člana 3 Zakona o nedozvoljenom oglašavanju, člana 29 Zakona o zaštiti potrošača, čl. 55 i 57 Statuta Glavnog grada („Službeni list CG - Opštinski propisi", br. 8/19, 20/21, 49/22 i 51/25), Skupština Glavnog grada - Podgorice, na sjednici održanoj ____ 2026. godine, donijela je

ODLUKU O NAČINU KORIŠĆENJA REKLAMNOG I MARKETINŠKOG PROSTORA NA IMOVINI I U
INSTITUCIJAMA GLAVNOG GRADA - PODGORICE

I OSNOVNE ODREDBE

Član 1

Ovom odlukom uređuje se način korišćenja reklamnog i marketinškog prostora na imovini, u prostorijama, na sredstvima i u okviru manifestacija Glavnog grada - Podgorice, njegovih organa, javnih ustanova i privrednih društava čiji je osnivač ili većinski vlasnik Glavni grad, kao i sadržajna ograničenja i prioriteti u odabiru oglašivača.

Član 2

Ciljevi ove odluke su:

- 1) zaštita javnog zdravlja stanovnika Glavnog grada, a posebno zaštita djece i maloljetnika od štetnih uticaja pojedinih vrsta reklamnog sadržaja;
- 2) zaštita dostojanstva i moralnog razvoja djece i maloljetnika;
- 3) očuvanje ugleda, neutralnosti i vaspitne funkcije javnih institucija Glavnog grada;
- 4) podsticanje javno korisnog, obrazovnog, kulturnog, sportskog i zdravstveno-preventivnog sadržaja u komunikaciji Glavnog grada sa javnošću;
- 5) usklađivanje prakse oglašavanja u institucijama Glavnog grada sa zabranama iz propisa kojima se štiti potrošač od oglašavanja koje podstiče nasilje ili ponašanje štetno za zdravlje, kao i od oglašavanja kojim se ugrožavaju zdravlje, psihički ili moralni razvoj maloljetnih lica.

Član 3

Odredbe ove odluke primjenjuju se na:

- 1) organe Glavnog grada;
- 2) javne ustanove čiji je osnivač Glavni grad;
- 3) privredna društva čiji je osnivač ili većinski vlasnik Glavni grad;

- 4) objekte i nepokretnosti u vlasništvu Glavnog grada ili kojima Glavni grad upravlja;
- 5) službene internet stranice i naloge na društvenim mrežama subjekata iz tač. 1-3 ovog stava;
- 6) službene publikacije, biltene, promotivne i informativne materijale;
- 7) video-bimove i digitalne displeje u vlasništvu ili pod upravom Glavnog grada;
- 8) reklamne panoe, bilborde i druge oglasne površine u vlasništvu Glavnog grada;
- 9) vozila u vlasništvu Glavnog grada, uključujući sredstva javnog prevoza;
- 10) sve javne manifestacije koje organizuje, suorganizuje ili finansira Glavni grad, u cjelini ili djelimično.

II SADRŽAJNA OGRANIČENJA

Član 4

Na prostoru i sredstvima iz člana 3 ove odluke zabranjeno je reklamiranje, oglašavanje, promovisanje i svaki drugi oblik javne promocije:

- 1) alkoholnih pića i pića sa dodatkom alkohola;
- 2) duvana, duvanskih proizvoda, elektronskih cigareta, uređaja za zagrijavanje duvana i srodnih proizvoda;
- 3) psihoaktivnih supstanci i sredstava koja izazivaju zavisnost;
- 4) medikamenata, lijekova i medicinskih sredstava čije se oglašavanje prema opštem javnom stanovništvu ograničava posebnim propisima;
- 5) gaziranih i energetske pića, kada je oglašavanje usmjereno prema maloljetnim licima;
- 6) kladionica, kazina, slot klubova, automat klubova, priređivača igara na sreću, lutrijskih igara, kao i internet i mobilnih platformi koje organizuju, posreduju ili promovišu igre na sreću;
- 7) sadržaja kojima se ugrožavaju zdravlje, psihički ili moralni razvoj maloljetnih lica;
- 8) sadržaja koji podstiču nasilje, mržnju, ili ponašanje štetno za sigurnost i zdravlje potrošača ili životnu sredinu.

Zabrana iz stava 1 ovog člana odnosi se i na svaki oblik posrednog oglašavanja, uključujući, ali ne ograničavajući se na:

- 1) korporativno oglašavanje subjekata iz stava 1 tačka 6 ovog člana, i onda kada sadržaj oglasa ne pominje konkretan proizvod ili uslugu;

- 2) sponzorisanje kampanja društvene odgovornosti, humanitarnih, obrazovnih ili sličnih aktivnosti od strane subjekata iz stava 1 tačka 6 ovog člana, kada se u okviru tih aktivnosti javno ističu naziv, poslovno ime, logotip ili vizuelni identitet subjekta;
- 3) oglašavanje koje formalno promovise društveno prihvatljiv sadržaj, a suštinski služi izgradnji prepoznatljivosti proizvoda i usluga iz stava 1 tačke 1, 2, 5 i 6 ovog člana, uključujući, ali ne ograničavajući se na: pozive priređivača igara na sreću na borbu protiv zavisnosti od kockanja; pozive proizvođača alkohola ili duvana na odgovorno konzumiranje ili prevenciju bolesti; kao i slične kampanje kod kojih promotivna poruka stoji u očiglednoj protivrječnosti sa osnovnom djelatnošću oglašivača.

Član 5

Donacije i sponzorstva od subjekata iz člana 4 stav 1 tačka 6 ove odluke mogu se prihvatiti isključivo pod uslovom da se javno ne ističu naziv, poslovno ime, logotip, zaštitni znak, vizuelni identitet, promotivne poruke, niti bilo kakve druge oznake koje upućuju na donatora ili sponzora.

Donacije i sponzorstva od subjekata koji se bave proizvodnjom proizvoda iz člana 4 stav 1 tačka 1, 2 i 5 ove odluke mogu se prihvatiti isključivo pod uslovom da se javno ne ističu sam proizvod koji je objekat zabrane (konkretno piće ili duvanski proizvod).

III PRIORITETNO KORIŠĆENJE REKLAMNOG PROSTORA

Član 6

Subjekti iz člana 3 tač. 1-3 ove odluke dužni su da, prilikom raspolaganja reklamnim i marketinškim prostorom, prednost daju kategorijama sadržaja i korisnika od javnog i društvenog interesa, i to:

- 1) obrazovnim ustanovama i obrazovnim programima;
- 2) amaterskim sportskim udruženjima, klubovima i inicijativama za promociju sporta i fizičke aktivnosti među djecom i mladima;
- 3) programima i kampanjama za promociju zdravih stilova života, prevencije bolesti, mentalnog zdravlja i zaštite od zavisnosti;
- 4) kulturnim i umjetničkim ustanovama, manifestacijama i programima;
- 5) programima zaštite životne sredine, održivog razvoja i energetske efikasnosti;
- 6) humanitarnim organizacijama i programima socijalne inkluzije;
- 7) programima podrške porodici, roditeljstvu i zaštiti djece;

- 8) programima namijenjenim licima sa invaliditetom, starijim licima i drugim ranjivim grupama;
- 9) inicijativama za promociju volonterizma i građanskog aktivizma.

Član 7

Subjekti iz člana 3 tač. 1-3 ove odluke dužni su da najmanje 30% raspoloživog reklamnog i marketinškog prostora namijene sadržajima iz člana 6 ove odluke, i to bez naknade ili po umanjenoj naknadi koja ne može biti veća od 50% regularne cijene naknade.

Bliži uslovi, kriterijumi i postupak za korišćenje prostora iz stava 1 ovog člana utvrđuju se aktom organa upravljanja subjekta iz člana 3 tač. 1-3 ove odluke, uz prethodnu saglasnost nadležnog organa Glavnog grada.

Član 8

Odredbe čl. 4 i 7 ove odluke ne primjenjuju se na sportske klubove, sportska društva i sportske organizacije čiji je osnivač ili većinski vlasnik Glavni grad, u pogledu njihovog ostvarivanja prihoda od sponzorstava, donacija i reklamiranja u skladu sa Zakonom o sportu, kao ni na sportske objekte kojima oni upravljaju ili ih koriste po osnovu ugovora o korišćenju, uključujući objekte u vlasništvu Glavnog grada.

Izuzetak iz stava 1 ovog člana ne obuhvata reklamne sadržaje koji su vidljivi iz javnih površina van sportskih objekata (spoljne fasade, prilazi objektima, parking prostori i sl.), na koje se u cijelosti primjenjuju odredbe ove odluke. Ovaj izuzetak ne utiče na pravo sportskih klubova, sportskih društava i sportskih organizacija da koriste svoj registrovani naziv, znak i druge elemente identiteta u skladu sa zakonom.

IV POJMOVI

Član 9

Reklamiranjem i promocijom, u smislu ove odluke, smatra se svaki oblik javnog komercijalnog ili nekomercijalnog predstavljanja kojim se neposredno ili posredno promovišu proizvodi, usluge, djelatnosti, subjekti ili sadržaji iz čl. 4 i 6 ove odluke.

V PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Član 10

Ugovori zaključeni prije stupanja na snagu ove odluke ostaju na snazi do isteka roka na koji su zaključeni, a najduže 6 mjeseci od dana stupanja na snagu ove odluke.

Nakon isteka roka iz stava 1 ovog člana, ugovori se ne mogu produžavati niti obnavljati, niti se mogu zaključivati novi ugovori suprotni ovoj odluci.

Član 11

Subjekti iz člana 3 tač. 1-3 ove odluke dužni su da svoje opšte akte i modele ugovora usklade sa odredbama ove odluke u roku od 90 dana od dana njenog stupanja na snagu.

Član 12

Nadzor nad sprovođenjem ove odluke vrše nadležni organi Glavnog grada, kao i odgovorna lica u organima, javnim ustanovama i privrednim društvima iz člana 3 ove odluke, u okviru svojih nadležnosti.

Odgovorno lice u subjektu iz člana 3 tač. 1-3 ove odluke dužno je da bez odlaganja preduzme mjere za otklanjanje utvrđenih nepravilnosti, uključujući raskid ugovora zaključenih suprotno ovoj odluci.

Svi novi ugovori, odluke i drugi akti subjekata iz člana 3 ove odluke moraju biti usklađeni sa ovom odlukom.

Član 13

Ova odluka stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u „Službenom listu Crne Gore - opštinski propisi“.

SKUPŠTINA GLAVNOG GRADA - PODGORICE

Broj: _

Podgorica, _ 2026. godine

PREDSJEDNIK

Srđan Perić

O B R A Z L O Ž E N J E

I PRAVNI OSNOV

Pravni osnov za donošenje ove odluke sadržan je u članu 38 Zakona o lokalnoj samoupravi, koji propisuje da Skupština opštine donosi propise i druge opšte akte, te uređuje i obezbjeđuje vršenje poslova koji se odnose na lokalnu javnu upravu, javne službe i upravljanje imovinom. Predložena odluka zasniva se na temeljnim vrijednostima i načelima Ustava Crne Gore. Ustav Crne Gore garantuje pravo svakog građanina na zaštitu zdravlja i obavezuje državu i jedinice lokalne samouprave da svojim politikama stvaraju uslove za njegovo ostvarivanje. Takođe, članom 34 i članom 40 Zakona o lokalnoj samoupravi propisano je da opština osniva javne službe i da samostalno raspolaže i upravlja svojom imovinom shodno njenoj namjeni, dok članom 38 opština uređuje pitanja od lokalnog značaja i preduzima mjere radi unapređenja kvaliteta života građana. Glavni grad je osnivač velikog broja javnih ustanova, privrednih društava i drugih organizacija, te samim tim ima pravo i obavezu da propiše standarde njihovog javnog djelovanja.

Odluka je usklađena sa Ustavom Crne Gore, konkretno sa članom 59 kojim je zajamčena sloboda preduzetništva, a koja se može ograničiti samo ako je to neophodno radi zaštite zdravlja ljudi, životne sredine, prirodnih bogatstava, kulturne baštine ili bezbjednosti i odbrane Crne Gore.

Ograničenja propisana ovom odlukom srazmjerna su legitimnim ciljevima navedenim u članu 2 odluke - zaštititi javnog zdravlja, zaštititi djece i maloljetnika, te očuvanju vaspitne i neutralne funkcije javnih institucija. Odluka ne uvodi generalnu zabranu oglašavanja predmetnih kategorija proizvoda i usluga na teritoriji Glavnog grada, već isključivo uređuje uslove korišćenja reklamnog prostora u okviru imovine i institucija čiji je Glavni grad titular ili osnivač. Time se ne zadire u tržišnu slobodu oglašivača u domenu privatnih reklamnih površina i medija, već se uređuje raspolaganje imovinom i uslugama javnog sektora - što je ustavnopravno legitiman prostor djelovanja jedinice lokalne samouprave.

Odluka je takođe u saglasnosti sa članom 74 Ustava, kojim je propisano pravo djeteta na posebnu zaštitu, kao i sa članom 69 koji jamči pravo na zdravstvenu zaštitu.

Odluka je u skladu sa praksom Evropskog suda za ljudska prava koja priznaje državama široko polje slobodne procjene u pogledu ograničavanja komercijalnog govora, a naročito kada se radi o zaštiti javnog zdravlja i zaštiti maloljetnika. Komercijalno oglašavanje uživa nižu razinu zaštite od političkog govora, i može biti podvrgnuto srazmjernim ograničenjima radi zaštite legitimnih javnih interesa.

Materijalni pravni osnov nalazi se u Zakonu o nedozvoljenom oglašavanju, kao i u Zakonu o zaštiti potrošača, koji sistemski uređuje ograničenja oglašavanja radi zaštite potrošača, a naročito maloljetnih lica.

Glavni grad ovu odluku donosi u dvojakom svojstvu: kao jedinica lokalne samouprave koja uređuje pitanja od neposrednog interesa za lokalno stanovništvo, i kao osnivač, odnosno većinski vlasnik javnih ustanova i privrednih društava, u kom svojstvu je ovlašten da uređuje uslove korišćenja imovine i pružanja usluga tih subjekata.

II RAZLOZI ZA DONOŠENJE ODLUKE

Glavni razlog za donošenje ove odluke jeste potreba da Glavni grad Podgorica preuzme proaktivnu ulogu u zaštiti javnog zdravlja. Agresivna komercijalna promocija i reklamiranje raznih oblika proizvoda i usluga kojima se ugrožava zdravlje postali su sveprisutni u javnom prostoru, čime se direktno normalizuju obrasci ponašanja koji mogu imati štetne posljedice po javno zdravlje, često među najosjetljivijim kategorijama stanovništva – djecom i mladima. Neprihvatljivo je da se javni resursi i imovina svih građana koriste za promociju djelatnosti koje dugoročno narušavaju zdravlje, socijalnu stabilnost društva, a pogotovo imaju negativan uticaj na djecu i omladinu. Donošenjem ove odluke, Glavni grad daje jasan institucionalni primjer odgovornog upravljanja, između ostalog i drugim opštinama, kao i državnim institucijama i preduzećima. Takođe, sve prisutnija praksa da subjekti čija je osnovna djelatnost sporna sa aspekta javnog zdravlja finansiraju kampanje formalno posvećene prevenciji (npr. pozivi priređivača igara na sreću na borbu protiv zavisnosti), stvara vid posrednog oglašavanja koje nije obuhvaćeno klasičnim zabranama, a suštinski služi izgradnji prepoznatljivosti oglašivača u očima najosjetljivijih kategorija stanovništva.

Cilj odluke je uspostavljanje jasnog, predvidivog i ujednačenog režima korišćenja reklamnog i marketinškog prostora u svim institucijama i na svoj imovini Glavnog grada, uz istovremeno afirmisanje sadržaja od javnog interesa - obrazovnih, sportskih, kulturnih, zdravstveno-preventivnih i socijalnih.

III OBJAŠNJENJE POJEDINAČNIH ODREDBA

Član 1 i 2 (Predmet i ciljevi) - određuju predmet odluke kao uređivanje načina korišćenja reklamnog prostora, a ne kao generalnu zabranu oglašavanja. Ovakvo određenje predmeta bitno je za ocjenu srazmjernosti - odluka ne izlazi iz okvira ovlaštenja Glavnog grada da uređuje pitanja koja se tiču njegove imovine i institucija.

Član 3 (Obuhvat primjene) - precizira personalni i predmetni domašaj odluke, ograničavajući ga na subjekte i imovinu Glavnog grada.

Član 4 (Zabranjeni sadržaji) - sadrži katalog sadržajnih ograničenja. Svako ograničenje ima svoje opravdanje u legitimnim ciljevima iz člana 59 Ustava:

- tačke 1-4 (alkohol, duvan, psihoaktivne supstance, medikamenti) - zaštita zdravlja;
- tačka 5 - zaštita zdravlja, posebno djece, u skladu sa strategijama javnog zdravlja o borbi protiv gojaznosti;

- tačka 6 (igre na sreću) - zaštita od zavisnosti, posebno maloljetnih lica;
- tačka 7 - zaštita moralnog razvoja maloljetnih lica u smislu člana 29 Zakona o zaštiti potrošača;
- tačka 8 (nasilje, mržnja, štetni sadržaji) - direktna primjena zabrana iz Zakona o zaštiti potrošača.

Stav 2 istog člana uređuje posredno oglašavanje, uključujući kampanje čiji je formalni sadržaj društveno prihvatljiv, a suštinska funkcija je izgradnja prepoznatljivosti subjekta čija je djelatnost inače ograničena. Kriterijum „očigledne protivrječnosti sa osnovnom djelatnošću oglašivača" je objektivan i sudski provjerljiv, čime se izbjegava arbitrarnost u primjeni.

Član 5 (Donacije i sponzorstva) - uspostavlja režim kojim se ne zabranjuje prihvatanje donacija, već isključivo javno isticanje proizvoda koji je objekat zabrane. Ovim se pomiruju načelo transparentnosti javnog sektora i cilj sprečavanja posrednog oglašavanja.

Čl. 6 i 7 (Prioritetno korišćenje) - uvode afirmativnu mjeru kojom se javno raspoloživi reklamni prostor u minimalnom obimu od 30% stavlja u funkciju sadržaja od javnog interesa. Ova mjera predstavlja pozitivan aspekt uređivanja načina korišćenja prostora i doprinosi legitimnosti odluke, jer pored ograničenja donosi i aktivnu podršku sadržajima koji su u javnom interesu.

Član 8 (Izuzeci za sportske subjekte) - usklađuje odluku sa Zakonom o sportu, koji dozvoljava sportskim organizacijama ostvarivanje prihoda od sponzorstava i reklamiranja, uz istovremeno ograničenje da se te aktivnosti ne prelijevaju izvan sportskih objekata na javne površine Glavnog grada.

Član 9 (Pojmovi) - definiše pojam reklamiranja i promocije.

Čl. 10 i 11 (Prelazne odredbe) - uspostavljaju razuman prelazni režim za postojeće ugovorne odnose, čime se poštuje princip pravne sigurnosti i legitimnih očekivanja. Rok od 6 mjeseci je srazmjeran i omogućava institucijama da izvrše prilagođavanje bez neopravdanih štetnih posljedica po prihodovnu stranu poslovanja.

Član 12 (Nadzor) - uspostavlja mehanizam disciplinske i institucionalne odgovornosti, u granicama ovlašćenja Glavnog grada kao osnivača.

Član 13 (Stupanje na snagu) - usklađen sa standardnim rokom vacatio legis, kako je propisano i za saveznu regulativu u istoj materiji.

IV PROCJENA SREDSTAVA ZA SPROVOĐENJE ODLUKE

Za sprovođenje ove odluke nije potrebno izdvajanje dodatnih finansijskih sredstava iz Budžeta Glavnog grada.

Na osnovu svega iznesenog, Skupština Glavnog grada - Podgorice donosi ovu odluku.