

Врз основа на член 18 став 1 алинеја 8, член 20 став 1 алинеја 11 и член 54 став 4 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (“Службен весник на Република Македонија” бр.184/2013, 13/2014, 44/2014, 101/14 и 132/14), а во врска со член 15 став 1 алинеја 7 и член 39 став 1 алинеја 11 од Деловникот за работа на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги бр. 01-4351/1 од 29.08.2014 година, и во согласност со Заклучокот на Советот на Агенцијата бр. 02-1783/4 од 12.03.2015 година, Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на Република Македонија, на 10-та седница одржана на 12.03.2015 година, донесе

ПРАВИЛНИК ЗА СПОНЗОРСТВО

I. ОПШТИ ОДРЕДБИ

Член 1

Предмет на Правилникот

Со овој Правилник се пропишува начинот на примена на одредбите за спонзорство од страна на давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (радиодифузери и даватели на аудиовизуелни медиумски услуги по барање).

Член 2

Дефиниции

За потребите на овој Правилник, одделни изрази го имаат следново значење:

- *Аудио или аудиовизуелни комерцијални комуникации* се звучни содржини или слики со или без звук што се направени:
 - за директна или индиректна промоција на производите, услугите или имиџот на физичките или правните лица што вршат економска активност, или
 - за популаризација на некоја идеја или активност или за постигнување друг ефект.Тие ја придружуваат или се вклучени во програмата за паричен или за друг надоместок или за самопромотивни цели на нарачателот. Форми на аудио или аудиовизуелни комерцијални комуникации меѓу другото се: рекламирање, телешопинг, спонзорство и пласирање производи.
- *Пласирање производ* е секоја форма на аудиовизуелна комерцијална комуникација која се состои од вклучување или посочување производ, услуга или заштитен знак во некоја програма, така што тие се вградени во нејзиното дејствие, за паричен или друг вид надоместок.
- *Спонзорство* е секој придонес од правно или физичко лице кое не е вклучено во обезбедување аудио или аудиовизуелни медиумски услуги или во продукција на аудио или аудиовизуелни дела, заради финансирање аудио или аудиовизуелни медиумски услуги или програми, а со цел да го промовира своето име, заштитен знак, имиџ, активности или производи.

Член 3

Уредувачка независност и интегритет на програмите

Спонзорството не смее да влијае врз уредничката независност и врз интегритетот на програмите на давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Спонзорите не смеат да влијаат врз спецификите на сценариото, содржината, структурата, продукцијата, времето на емитување (програмската шема) или распоредот во каталогот со програми на конкретната програма.

Содржината на програмата која е спонзорирана не смее да се претвори во средство за промовирање на спонзорот или на неговите интереси.

Член 4

Ограничување спонзорство во одредени програми

Спонзорирањето е забрането во следниве видови програми и други сегменти, утврдени со Упатството за начинот на класификација на видовите аудиовизуелни и аудио програми¹:

- Програми со информативна функција: вести и ТВ или радио дневници, актуелно - информативна програма, актуелно - информативна програма со документаристички пристап, актуелно - информативна говорна шоу програма и кој било вид програма со информативна функција со религиозна/теолошка тематика;
- Програми со образовна функција: документарни програми со религиозна тематика;
- Други сегменти: верски програми, служби и проповеди.

Доколку документарните програми (со исклучок на оние наведени во став 1 од овој член) и програмите за деца се спонзирани, не е дозволено да се идентификува спонзорот во текот на нивното времетраење.

Член 5

Забрани за спонзорство

Како спонзори на програмите не смеат да се појават правни или физички лица чија главна дејност е производство или продавање на следниве производи или давање на следниве услуги:

- цигари и производи од тутун;
- оружје, стрелачки и пиротехнички средства;
- дрога, алкохол и алкохолни пијалоци, освен вино и пиво.

Физички или правни лица чии активности вклучуваат производство или продажба на медицински производи и/или медицински третмани, можат да спонзорираат аудио и аудиовизуелни медиумски услуги или програми. Во овој случај може да се промовира само нивното име или имиџ, но не и конкретни медицински производи или медицински третмани достапни исклучиво на лекарски рецепт.

Член 6

Спонзорството и рекламирањето

Идентификациите на спонзорите не се сметаат за рекламирање и затоа не влегуваат во дозволеното време за рекламирање на еден реален час.

Во блоковите од рекламни и телешопинг спотови што се емитуваат во рамки на спонзорираните програми, е дозволено да се емитуваат реклами и телешопинг спотови на спонзорите на програмите, но тие се сметаат во дозволеното време за рекламирање на еден реален час.

Дозволено е да се емитуваат и одвоени реклами за спонзорите, кои мора да бидат јасно и недвосмислено издвоени од останатиот дел од програмата со најавна и одјавна шпица/цингл, но и тие се сметаат во дозволеното време за рекламирање на еден реален час.

¹ Упатството за начинот на класификација на видовите аудиовизуелни и аудио програми е објавено во „Службен весник на Република Македонија“ бр.171/14

Член 7

Спонзорство и пласирање производи

Заштитниот знак, името, производите или услугите на некое правно или физичко лице може да бидат објавувани или споменувани во текот на една аудиовизуелна програма и како резултат на посебен комерцијален договор со давателот на аудиовизуелната медиумска услуга, кој се однесува на пласирање производи.

Аудиовизуелните програми кои се спонзорирани и истовремено содржат пласирање производи подлежат и на правилата од Упатството за примена на одредбите за пласирање производи² и на правилата од овој Правилник.

II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО

Општи правила

Член 8

Означување и содржина на идентификацијата

Во спонзорираните аудио или аудиовизуелни медиумски услуги или програми, спонзорството треба да биде јасно означено на соодветен начин на почетокот, за време и/или на крајот на програмата.

Спонзорот мора да биде јасно идентификуван со името, логото и/или каква било друга ознака на спонзорот, како што е спомнување на неговите производи или услуги или негов карактеристичен знак, со користење на зборот спонзор.

Идентификацијата за спонзорите не смее да содржи промотивни искази за нив, ниту пак да го поттикнува купувањето или изнајмувањето на нивните производи или услуги. Ваквите информации за спонзорите ќе се сметаат за прикриено рекламирање.

Член 9

Спонзорите во наслови или имиња на програми

Заштитните знаци или имињата на спонзорите и на нивните производи или услуги можат да се користат за наслови, односно за имиња на програмите, под следниве услови:

- почитување на законски утврдените општи принципи за аудио и аудиовизуелни комерцијални комуникации;
- почитување на одредбите за спонзорство;
- при спомнувањето на името на програмата да не се користат квалификации за спонзорите кои би претставувале поттикнување за користење на нивните производи или услуги, односно прикриено рекламирање на спонзорите;
- името да не се користи во сценографијата на програмата;
- спомнувањето на името на програмата не смее да биде премногу зачестено за да не резултира со прекумерно истакнување на спонзорот, така што ќе му се придаде претерана важност на спонзорот преку пречесто или нападно истакнување на неговото име, заштитен знак, имиџ, активности, производи или услуги и ќе се наруши интегритетот на програмата, правата на нејзините автори, како и уредувачката независност.

Слоганите на спонзорите од нивните претходни или актуелни рекламни кампањи не можат да се користат за имиња на програмите.

² Упатството за примена на одредбите за пласирање производи е објавено во „Службен весник на Република Македонија“ бр.201/14.

Член 10

Промотивни најави за спонзорирани програми

Во промотивните најави за спонзорирани програми, спонзорите може да се идентификуваат вербално и/или визуелно преку инсертирање ознаки на спонзорот.

Доколку програмата е спонзорирана од повеќе спонзори, во промотивните најави за неа се идентификуваат спонзорите што во производството на програмата учествуваат со повеќе средства.

Во промотивните најави за спонзорирани програми, споменувањето на спонзорот мора да биде кусо и ненаметливо, без квалификации.

ПРАВИЛА ЗА ТЕЛЕВИЗИЈА

Член 11

Начини за идентификација

Во програмите на давателите на телевизиски програмски сервиси, спонзорите можат да се идентификуваат на следниве начини:

- најави на водител (можат да содржат информации за името на спонзорот, адресата, работното време, ВЕБ страницата и активностите - производство или продавање производи или давање услуги);
- подвижен кајрон, користејќи ја техниката поделен екран (split screen);
- инсертирање на логото на спонзорот, неговото име, името или сликата на негов препознатлив производ или заштитниот знак во агол од долниот дел од екранот, користејќи ја техниката поделен екран (split screen);
- информации во најавна и/или одјавна шпица.

Член 12

Времетраење и зачестеност на идентификациите

Поединечна идентификација на спонзорите во ТВ програмите преку „најави на водител“ може да трае најмногу до 30 секунди.

Поединечна идентификација на спонзорите со „подвижен кајрон“ или преку „инсертирање ознаки на спонзорот со техниката поделен екран (split screen)“, може да трае најмногу до 10 секунди.

Поединечна идентификација на спонзорите со „инсертирање ознаки на спонзорот со техниката поделен екран (split screen)“, не смее да биде поголема од 1/8 од видливиот дел на екранот (сликата).

Во зависност од видот и од времетраењето на програмите, во целината на едно издание од спонзорирана аудиовизуелна програма, идентификациите за спонзорите не смеат да бидат премногу зачестени за да не резултираат со прекумерно истакнување на спонзорот, така што ќе му се придаде претерана важност на спонзорот преку пречесто или нападно истакнување на неговото име, заштитен знак, имиџ, активности, производи или услуги и ќе се наруши интегритетот на програмата, правата на нејзините автори, како и уредувачката независност.

ПРАВИЛА ЗА РАДИО

Член 13

Начини за идентификација на спонзорите

Во програмите на давателите на радио програмски сервиси, спонзорите можат да се идентификуваат на следниве начини:

- најави на водител (можат да содржат информации за името на спонзорот, адресата, работното време, ВЕБ страницата и активностите - производство или продавање производи или давање услуги);
- цинглови;
- информации во најавна и/или одјавна шпица.

Член 14

Времетраење и зачестеност на идентификациите

Поединечна идентификација на спонзорите во радио програмите преку „најави на водител“, или преку „информации во најавна и/или одјавна шпица“, може да трае најмногу до 30 секунди.

Поединечен цингл за идентификација на спонзорите во радио програмите може да трае најмногу до 10 секунди.

Во зависност од видот и од времетраењето на програмите, во целината на едно издание од спонзорирана радио програма/програмски блок, идентификациите за спонзорите не смеат да бидат премногу зачестени за да не резултираат со прекумерно истакнување на спонзорот, така што ќе му се придаде претерана важност на спонзорот преку пречесто или нападно истакнување на неговото име, заштитен знак, имиџ, активности, производи или услуги и ќе се наруши интегритетот на програмата, правата на нејзините автори, како и уредувачката независност.

ПРАВИЛА ЗА АУДИОВИЗУЕЛНИТЕ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ ПО БАРАЊЕ

Член 15

Начини за идентификација

Во каталозите на давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање, спонзорите можат да се идентификуваат на следниве начини:

- објавување информации за спонзорот (логото, неговото име, името или сликата на негов препознатлив производ или заштитниот знак) на соодветно место во каталогот со програми;
- инсертирање на логото на спонзорот, неговото име, името или сликата на негов препознатлив производ или заштитниот знак пред почетокот/најавната шпица на програмата.

Член 16

Времетраење на идентификациите

Периодот на означување преку објавување информации за спонзорот на соодветно место во каталогот со програми се уредува во посебен комерцијален договор меѓу давателот на аудиовизуелната медиумска услуга по барање и спонзорот.

Времетраењето на поединечна идентификација на спонзорот преку инсертирање на логото на спонзорот, неговото име, името или сликата на негов препознатлив производ или заштитниот знак пред почетокот/најавната шпица на програмата може да трае најмногу до 5 секунди.

III. ЗАВРШНИ ОДРЕДБИ

Член 17

Со влегувањето во сила на овој Правилник престанува да важи Правилникот за начинот на идентификација на спонзорите во радио и во ТВ – програмите („Службен весник на Република Македонија“ бр. 72/07).

Член 18

Овој Правилник влегува во сила наредниот ден од денот на објавување во „Службен весник на Република Македонија“.

**Агенција за аудио и
аудиовизуелни медиумски услуги**

Претседател на Советот

Лазо ПЕТРУШЕВСКИ, с.р.

Бр. 01-1876/1
12.03.2015 година
С к о п ј е