

Në bazë të nenit 18 paragrafi 1 alineja 8, neni 20 paragrafi 1 alineja 11 dhe neni 54 paragrafi 4 nga Ligji për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele ("Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 184/2013, 13/2014, 44/2014, 101/14 dhe 132/14), e në lidhje me nenin 15 paragrafi 7 alineja 7 dhe neni 39 paragrafi 1 alineja 11 nga Rregullorja e punës së Agjencisë për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele nr. 01-4351/1 nga data 29.08.2014, e në pajtim me Konkluzionin e Këshillit të Agjencisë nr. 02-1783/4 nga data 12.03.2015, Këshilli i Agjencisë për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele, në mbledhjen e saj të 10-të, të mbajtur më 12.03.2015, miratoi

RREGULLORE PËR SPONSORIZIME

I. DISPOZITAT E PËRGJITHSHME

Neni 1

Lënda e Rregullores

Me këtë Rregullore përcaktohet mënyra e zbatimit të dispozitave për sponsorim nga ana e ofruesve të shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele (radiodifuzer dhe ofrues të shërbimeve mediatike audiovizuele me kërkesë).

Neni 2

Definicionet

Për nevojat e kësaj Rregullore, shprehje të caktuara, e kanë këtë domethenie:

- *Komunikimet audio ose audiovizuele* janë përmbajtje me zë ose fotografi me ose pa zë që janë krijuar për:
 - për promovim të direkt ose indirekt të prodhimeve, kushteve ose imazhit të personave fizik ose juridik që kryejnë aktivitete ekonomike, ose
 - për popullarizimin e ndonjë ideje ose aktiviteti ose për arritjen e ndonjë efekti tjetër.Ata e përcjellin ose janë të përfshirë në programin për kompensim në para ose kompensime tjera ose për qëllime të vetë promovimit të porositësit. Forma të komunikimeve audio ose audiovizuele komerciale mes tjerash janë: reklamimet, teleshoppingu, sponsorimet dhe plasmani i prodhimeve.
- *Plasmani i prodhimit* është çdo formë e komunikimit audiovizuel komercial që përbëhet prej përfshirjes ose theksimit të prodhimit, shërbimit ose shenjës mbrojtëse të ndonjë programi, në atë mënyrë që ato të inkorporohen në veprimin e saj, për kompensim në para ose lloj tjetër të kompensimit.
- *Sponsorimet* janë secili kontribut nga person juridik ose fizik që nuk është i përfshirë në sigurimin e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuele ose në produksion të veprave audio ose audiovizuele, për shkak të financimit të shërbimeve dhe programeve mediatike audio ose audiovizuele, me qëllim që ta promovojë emrin e tij, shenjën mbrojtëse, imazhin, aktivitetet ose prodhimet.

Neni 3

Pavarësia redaktuese dhe integriteti i programeve

Sponsorimi nuk guxon që të ndikojë mbi pavarësinë redaktuese dhe mbi integritetin e programeve të ofruesve të shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele.

Sponsorimet nuk guxojnë që të ndikojnë mbi specifikat e skenarit, përmbajtjes strukturës, produksionit, kohës së emetimit (skemës programore) ose renditjes në katalogun me programet e programit konkret.

Përmbajtja e programit që është sponsorizuar nuk guxon që të shndërrohet në mjet për promovimin e sponsorit ose interesave të tija.

Neni 4

Kufizimi i sponsorimit në programe të caktuara

Sponsorimi është i ndaluar në këto lloje programesh dhe segmente tjera, të përcaktuara me Udhëzimin për mënyrën e klasifikimit të llojeve të programeve audio dhe audiovizuele¹:

- Programet me funksion informativ: Lajme ose TV ose ditarë të radios, aktuale – programe informative, aktuale – programe informative me qasje dokumentare, aktuale – shou programe biseduese dhe çfarëdo lloj programi me funksion informativ të tematikës religjioze/teologjike;
- Programe me funksion arsimor: programe dokumentare me tematikë religjioze;
- Segmente tjera: programe fetare, shërbesa dhe predikime.

Nëse programet dokumentare (me përjashtim të atyre të theksuara në paragrafin 1 të këtij neni) dhe programet për fëmijë që janë të sponsorizuara, nuk lejohet që të identifikohet sponsori gjatë kohëzgjatjes së tyre.

Neni 5

Ndalesat për sponsorimet

Si sponsor të programeve nuk guxojnë që të paraqiten persona juridik ose fizik, të cilët e kanë si veprimtari kryesore prodhimin ose shitjen e këtyre prodhimeve ose dhënien e këtyre shërbimeve:

- cigare dhe prodhime të duhanit;
- armë, mjete gjuajtëse dhe piroteknike;
- drogë, alkool dhe pije alkoolike, përveç verës dhe berrës.

Persona fizik ose juridik, aktivitetet e të cilëve përfshijnë prodhimin ose shitjen e prodhimeve mjekësore dhe/ose trajtimeve mjekësore, mund të sponsorizojnë shërbime ose programe mediatike audio dhe audiovizuele. Në këtë rast mund të promovohet vetëm emri ose imazhi i tyre, por jo edhe prodhime konkrete mjekësore ose trajtime mjekësore të disponueshme vetëm me recetë mjekësore.

Neni 6

Sponsorimi dhe reklamimi

Identifikimet e sponsorëve nuk llogariten për reklamimi dhe për atë nuk hyjnë në kohën e lejueshme të reklamimit për një orë reale.

Në bllokun e reklamave dhe spoteve të teleshoppingut që emetohen në kuadër të programeve të sponsorizuara, është e lejuar që të emetohen reklama dhe spote të teleshoppingut të sponsorëve të programeve, por ato llogariten në kohën e lejuar për reklamim të një ore reale.

Është e lejuar që të emetohen edhe reklama të ndara për sponsorët, të cilët patjetër duhet qartas dhe pa hamendje të ndara nga pjesa tjetër e programit me shpicën filluese dhe përmbyllëse/xhingla, por edhe ato llogariten në kohën e lejuar për reklamim të një ore reale.

¹ Udhëzimi për mënyrën e klasifikimit të llojeve të programeve audio dhe audiovizuele, është publikuar në "Gazetën zyrtare të Republikës së Maqedonisë" nr. 171/14

Neni 7

Sponsorimi dhe plasmani i prodhimeve

Shenja mbrojtëse, emri, prodhimet ose shërbimet e ndonjë personi juridik ose fizik mund të publikohen edhe përmenden gjatë një programi audiovizuel dhe si rezultat i një marrëveshje të veçantë komerciale me ofruesin e shërbimit mediatik audiovizuel, që ka të bëjë me plasmanin e prodhimeve.

Programet audiovizuale që janë të sponsorizuara edhe njëkohësisht përmbajnë plasman të prodhimeve, i nënshtrohen rregullave nga Udhëzimi për zbatimin e dispozitave për plasmanin e prodhimeve² dhe rregullave të kësaj Rregullore.

II. RREGULLAT PËR IDENTIFIKIMIN E SPONSORIZIMIT

RREGULLAT E PËRGJITHSHME

Neni 8

Shënimi i përmbajtjes së identifikimit

Në shërbimet ose programet e sponsorizuara mediatike audio dhe audiovizuale, sponsorimet duhet të shënohen qartë në mënyrën adekuate, në fillim, gjatë dhe/ose në fund të programit.

Sponsori patjetër duhet të identifikohet qartë me emrin, logon dhe/ose çfarëdo shenje tjetër të sponsorit, siç është theksimi i prodhimeve të tija ose shërbimeve ose shenjës së tij karakteristike, me përdorimin e fjalës sponsor.

Identifikimi i sponsorëve nuk guxon që të përmban pasqyrime promovuese të tyre, e as të nxis blerjen ose huazimin e prodhimeve ose shërbimeve të tyre. Informatat e këtilla për sponsorët do të konsiderohen si reklamime të fshehta.

Neni 9

Sponsorët në tituj ose emra të programeve

Shenjat mbrojtëse ose emrat e sponsorëve dhe të prodhimeve ose shërbimeve të tyre mund të përdoren për tituj, respektivisht emra të programeve, me këto kushte:

- Respektimin e parimeve të përgjithshme ligjore , të përcaktuara me ligj për komunikime audio dhe audiovizuale komerciale;
- respektimin e dispozitave për sponsorim;
- gjatë përmendjes së emrit të programit të mos përdoren kualifikime për sponsorët që mund të paraqesin nxitje për përdorimin e prodhimeve ose shërbimeve të tyre, respektivisht reklamim i fshehtë i sponsorëve;
- emri të mos përdoret në skenografinë e programit;
- përmendja e emrit të programit nuk guxon që të jetë tepër e shpeshtë që të mos rezultojë me theksim të tepërt të sponsorit, në atë mënyrë që ti jepet rëndësi e tepërt e sponsorit përmes theksimit tepër të shpeshtë ose sulmues të emrit të tij, shenjës mbrojtëse, imazhit, aktiviteteve, prodhimeve ose shërbimeve dhe do të preket integriteti i programit, të drejtat e autorëve të saj, si dhe pavarësia redaktuese.

Sloganet e sponsorëve nga fushatat e tyre të mëparshme ose aktuale reklamuese nuk mund të përdoren për emra të programeve.

² Udhëzimi për zbatimin e dispozitave për plasmanin e prodhimeve është publikuar në "Gazetën zyrtare të Republikës së Maqedonisë" nr. 201/14

Neni 10

Paralajmërimet promovuese për programet e sponsorizuara

Në paralajmërimet promovuese për programet e sponsorizuara, sponsorët mund të identifikohen verbalisht dhe/ose në mënyrë vizuale përmes futjes së shenjave të sponsorit.

Nëse programi sponsorizohet nga më shumë sponsor, në paralajmërimet promovuese për të identifikohen sponsorët që në prodhimin e programit marrin pjesë me më shumë mjete.

Në paralajmërimet promovuese për programet e sponsorizuara, përmendja e sponsorit duhet patjetër të jetë e shkurtë dhe jo e imponuar, pa kualifikime.

RREGULLAT PËR TELEVISION

Neni 11

Mënyra e identifikimit

Në programet e ofruesve të shërbimeve programore televizive, sponsorët mund të identifikohen në këto mënyra:

- hapjet e udhëheqësit (mund të përmbajnë informata për emrin e sponsorit, adresën, orarin e punës, UEB faqen dhe aktivitetet - prodhimi ose shitja e prodhimeve ose ofrimi i shërbimeve);
- kajronit lëvizës, duke përdorur teknikën e ekranit të ndarë (split screen);
- futja e logos së sponsorit, emrit të tij, emrit ose fotografisë së prodhimit të tij të njofshëm ose logos mbrojtëse në këndin e pjesës së poshtme të ekranit, duke përdorur teknikën e ekranit të ndarë (split screen);
- informata në shpicën e hapjes dhe/ose përmbylljes.

Neni 12

Kohëzgjatja dhe shpeshtimi i identifikimeve

Identifikimi i veçantë i sponsorëve në TV programet përmes “njoftimeve të udhëheqësit” mund të zgjasë më së shumti deri më 30 sekonda.

Identifikimi i vecantë i sponsorëve me “kajron lëvizës” ose përmes “insertimit të shenjave të sponsorit me teknikën e ekranit të ndarë (split screen)”, mund të zgjasë më së shumti deri më 10 sekonda.

Identifikimi i veçantë i sponsorëve me “insertimin e shenjave të sponsorit me teknikën e ekranit të ndarë (split screen)”, nuk guxon që të jetë më e madhe se 1/8 e pjesës së dukshme të ekranit (fotografisë).

Varësisht nga lloji dhe kohëzgjatja e programit, në tërësinë e një edicioni të programit të sponsorizuar audiovizuel, identifikimet për sponsorët nuk guxojnë që të jetë tepër të shpeshta që të mos rezultojë me theksim të tepërt të sponsorit, në atë mënyrë që ti jepet rëndësi e tepërt e sponsorit përmes theksimit tepër të shpeshtë ose sulmues të emrit të tij, shenjës mbrojtëse, imazhit, aktiviteve, prodhimeve ose shërbimeve dhe do të preket integriteti i programit, të drejtat e autorëve të saj, si dhe pavarësia redaktuese.

RREGULLAT PËR RADIO

Neni 13

Mënyra e identifikimit të sponsrëve

Në programet e ofruesve të shërbimeve programore të radios, sponsorët mund të identifikohen në këto mënyra:

- hapjet e udhëheqësit (mund të përmbajnë informata për emrin e sponsorit, adresën, orarin e punës, UEB faqen dhe aktivitetet - prodhimi ose shitja e prodhimeve ose ofrimi i shërbimeve);
- xhinglave;
- informata në shpicën e hapjes dhe/ose përmbylljes.

Neni 14

Kohëzgjatja dhe shpeshtimi i identifikimeve

Identifikimi i veçantë i sponsorëve në programet e radios përmes “njoftimeve të udhëheqësit”, ose përmes “informatave në shpicën e hapjes dhe/ose përmbylljes”, mund të zgjasë më së shumti deri në 30 sekonda.

Xhingla e veçantë identifikuese e sponsorëve në programet e radios mund të zgjasë më së shumti deri në 10 sekonda.

Varësisht nga lloji dhe kohëzgjatja e programit, në tërësinë e një edicioni të programit të sponsorizuar të radios/bllokut programor, identifikimet për sponsorët nuk guxojnë që të jetë tepër të shpeshta që të mos rezultojë me theksim të tepërt të sponsorit, në atë mënyrë që ti jepet rëndësi e tepërt e sponsorit përmes theksim tepër të shpeshtë ose sulmues të emrit të tij, shenjës mbrojtëse, imazhit, aktiviteteve, prodhimeve ose shërbimeve dhe do të preket integriteti i programit, të drejtat e autorëve të saj, si dhe pavarësia redaktuese.

RREGULLAT PËR SHËRBIMET MEDIATIKE AUDIOVIZUELE ME KËRKESË

Neni 15

Mënyrat e identifikimit

Në katalogët e ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizuele me kërkesë, sponsorët mund të identifikohen në këto mënyra:

- publikimin e informatave për sponsorin (logon, emrin e tij, emrin ose fotografinë e një prodhimi të tij të njohur ose shenjës mbrojtëse) në vend adekuat në katalogun me programe;
- futjen e logos së sponsorit, emrit të tij, emrit ose fotografisë së një prodhimi të tij të njohur ose shenje mbrojtëse para fillimit/shpicës filluese të programit.

Neni 16

Kohëzgjatja e identifikimeve

Periudha e shënjitimit përmes publikimit të informatave për sponsorin në vendin adekuat në katalogun me programe rregullohet me marrëveshje të veçantë komerciale në mes të ofruesit të shërbimit mediatik publik audiovizuel me kërkesë dhe sponsorit.

Kohëzgjatja e identifikimit të veçantë të sponsorit përmes futjes së logos së sponsorit, emrit të tij, emrit ose fotografisë së një prodhimi të tij të njohur ose shenje mbrojtëse para fillimit/shpicës filluese të programit mund të zgjasë më së shumti deri në 5 sekonda.

III. DISPOZITAT PËRMBYLLËSE

Neni 17

Me hyrjen në fuqi të kësaj Rregullore pushon vlefshmëria e Rregullores për mënyrën e identifikimit të sponsorëve të programeve të radios dhe atyre televizive ("Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 72/07).

Neni 18

Kjo Rregullore hyn në fuqi në ditën e ardhshme nga dita së publikimit në "Gazetën zyrtare të Republikës së Maqedonisë"

**Agjencia për shërbime mediatike
audio dhe audiovizuale**

Kryetar i Këshillit

Lazo PETRUSHEVSKI, d.v

Nr. 01-1876/1
12.03.2015
S h k u p