РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
REPUBLIKA E MAQEDONISE SE VERIUT
АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ
AGJENCIA PER SHERBIME MEDIATIKE AUDIO DHE AUDIOVIZUELE
Број: / Numer: 01-4325/1
21.10.2024 година / viti
СКОПЈЕ - SHKUP

Врз основа на член 18 став 1 алинеја 8 и член 20 став 1 алинеја 11[1] од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр.184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 и 27/19 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр.42/20, 77/21, 154/23 и 55/24), а во врска со член 54 од истиот Закон, 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 (Пречистен текст) бр.01-3732/1 од 29.07.2019 година, согласно Заклучокот на Советот на Агенцијата арх.бр. 02-4253/7 од 18.10.2024 година, Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, на 39-та седница одржана на 17 октомври 2024 година донесе:

# ПРАВИЛНИК ЗА ИЗМЕНУВАЊЕ И ДОПОЛНУВАЊЕ НА ПРАВИЛНИКОТ ЗА СПОНЗОРСТВО

**Член 1**

Со овој Правилник се врши изменување и дополнување на Правилникот за спонзорство (арх.бр.01-1876/1 од 12.03.2015 година), во понатамошниот текст: Правилникот.

**Член 2**

Во глава „I. **ОПШТИ ОДРЕДБИ**“, членот 2 „**Дефиниции**“ од Правилникот се менува и гласи:

**„Член 2**

**Дефиниции**

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

- *Аудиовизуелни комерцијални комуникации* се слики, со или без звук, што се направени за:
  - директна или индиректна промоција на стоки, услуги или имиџот на физичките или правните лица што вршат економска активност или
  - популаризација на некоја идеја или активност или за постигнување друг ефект.

  Аудиовизуелните комерцијални комуникации ја придружуваат или се вклучени во програмата или во видео создадено од корисник за паричен или друг надоместок или за самопромотивни цели на нарачателот. Форми на аудиовизуелни комерцијални комуникации, меѓу другото, се телевизиско рекламирање, телешопинг, спонзорство и пласирање производи;

- *Аудиокомерцијална комуникација* е содржина што е создадена за:
  - директна или индиректна промоција на стоки, услуги или имиџот на физички или правни лица што вршат економска активност или
  - популаризација на некоја идеја или активност или за постигнување на друг ефект.

[1] Алинеите 8 и 9 се избришани, види: член 8 од Законот за изменување и дополнување на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр.248/18).

Аудиокомерцијалните комуникации ја придружуваат или се вклучени во програмата за паричен или за друг надоместок или за самопромотивни цели на нарачателот. Форми на аудиокомерцијални комуникации, меѓу другото, се радиореклами, спонзорство и пласирање производи;

- *Рекламирање* е секоја форма на огласување емитувано, односно објавено за паричен или за друг вид надоместок или за самопромотивни цели на физичко или на правно лице во врска со:
    - трговија, бизнис, занает или професија со цел да се промовира понудата на производи и услуги, вклучувајќи недвижен имот, права и обврски во замена за плаќање или
    - популаризација на некоја идеја или активност или за постигнување друг ефект;

- *Пласирање производ* е секоја форма на аудио или аудиовизуелна комерцијална комуникација што се состои од вклучување или посочување производ, услуга или заштитен знак во некоја програма или видео создадено од корисник, така што тие се вградени во нејзиното дејство, за паричен или друг вид надоместок;

- *Спонзорство* е секој придонес од правно или од физичко лице кое не е вклучено во обезбедувањето аудио или аудиовизуелни медиумски услуги, или услуги на платформи за споделување видеа или во продукцијата на аудио или аудиовизуелни дела, заради финансирање на аудио или аудиовизуелни медиумски услуги, услуги на платформи за споделување видеа, видео создадено од корисник или програми, со цел да го промовира своето име, заштитен знак, имиџ, активности или производи;

- *Видео создадено од корисник* е целина од подвижни слики, со или без звук, без оглед на времетраењето, што претставува посебен елемент, создадено е од корисник и поставено на платформа за споделување видеа од тој или од друг корисник."

**Член 3**

Во глава „I. **ОПШТИ ОДРЕДБИ**", членот 3 „**Уредничка независност и интегритет на програмите**" од Правилникот се менува и гласи:

**„Член 3**
**Уредничка независност и интегритет**

Спонзорството не смее да влијае врз уредничката независност и врз интегритетот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги, програмите и видеата создадени од корисници.

Спонзорите не смеат да влијаат врз спецификите на сценариото, содржината, структурата, продукцијата, времето на емитување, или распоредот во каталогот со програми на конкретната програма/видео создадено од корисник.

Спонзорираните аудио и аудиовизуелни медиумски услуги/програми/видеа создадени од корисници не смеат да се претворат во средство за промовирање на спонзорот или на неговите интереси.

Корисниците на услугите мора да бидат јасно и недвосмислено информирани за постоењето на договор за спонзорство."

**Член 4**

Во глава „I. **ОПШТИ ОДРЕДБИ**", членот 5 „**Забрани за спонзорство**" од Правилникот се менува и гласи:

**„Член 5**
**Забрани за спонзорство**

Спонзори на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги/програми/видеа создадени од корисници, не можат да бидат правни или физички лица чија главна дејност е производство и/или продавање на следниве производи или услуги:

- дрога,

- цигари и други производи од тутун,
- електронски цигари и средства за нивно дополнување,
- алкохол и алкохолни пијалоци, освен вино и пиво, и
- оружје, стрелачки и пиротехнички средства.

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, програми и/или видеа создадени од корисници, доколку со спонзорството се промовира само нивното име или имиџ, но не и конкретни медицински производи или медицински третмани достапни исклучиво на лекарски рецепт.“

**Член 5**

Во глава „I. ОПШТИ ОДРЕДБИ“, членот 6 „**Спонзорството и рекламирањето**“ од Правилникот се менува и гласи:

„Член 6

**Спонзорството и рекламирањето**

Идентификациите на спонзорите не се сметаат за рекламирање и затоа не влегуваат во дозволеното времетраење на рекламирањето кај радиодифузерите.

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 времетраење на рекламирањето.

По исклучок, дозволено е да се емитуваат и изолирани рекламни и телешопинг спотови на спонзорите во програмите, кои мора да бидат јасно и недвосмислено издвоени од останатиот дел од програмата со најавна и одјавна шпица/џингл, но и тие се сметаат во дозволеното времетраење на рекламирањето кај радиодифузерите.“

**Член 6**

Во глава „I. Општи одредби“, членот 7 „**Спонзорство и пласирање производи**“ од Правилникот се менува и гласи:

„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 аудио и аудиовизуелни медиумски услуги/програми/видеа создадени од корисници и како резултат на посебен комерцијален договор со давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, што се однесува на пласирање производи.

Затоа, спонзорираните аудио и аудиовизуелни медиумски услуги/програми/видеа создадени од корисници, кои истовремено содржат пласирање производи, подлежат и на правилата од Упатството за примена на одредбите за пласирање производи и на правилата од овој Правилник.“

**Член 7**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“ подглава „**Општи правила**“, членот 8 „**Означување и содржина на идентификацијата**“ од Правилникот се менува и гласи:

„Член 8

**Означување и содржина на идентификацијата**

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

Спонзорот треба 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 или на други соодветни изрази („поддржано од“, „во соработка со“, „овозможено од“, „во партнерство со“ и други).

При означувањето на спонзорот/спонзорите не може да се прикажуваат/објавуваат нивните рекламни или телешопинг пораки.

Идентификациите на спонзорите треба да бидат неутрални и независни од спонзорираните содржини и треба лесно да се разликуваат од другите форми на аудио и аудиовизуелни комерцијални комуникации, како што се рекламирањето и телешопингот.

Идентификациите не смеат да содржат промотивни искази за спонзорите, ниту пак да го поттикнуваат купувањето или изнајмувањето на нивните производи или услуги, особено преку нивно посебно промотивно препорачување.

За посебно промотивно препорачување се сметаат: непосредните повици за купување или изнајмување на производите или услугите на спонзорите; наведувањето на цените, предностите, квалитетот и ефикасноста на производите или услугите; посочувањето на позицијата на спонзорите на пазарот; наведувањето податоци за тоа каде или како може да се купат или нарачаат производите или услугите; наведувањето на рекламните слогани на спонзорите со кои се упатува на купување или изнајмување на производите или услугите итн.“

**Член 8**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“ подглава „**Општи правила**“, членот 10 „**Промотивни најави за спонзорирани програми**“ од Правилникот се менува и гласи:

„Член 10

**Промотивни најави**

Во промотивните најави за спонзорираните аудио или аудиовизуелни медиумски услуги, програми и видеа создадени од корисници, спонзорите може да се идентификуваат вербално и/или визуелно преку инсертирање ознаки на спонзорот.

Споменувањето на спонзорот мора да биде кусо и ненаметливо, без квалификации.“

**Член 9**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“, насловот на подглавата „**Правила за телевизија**“ од Правилникот се брише.

**Член 10**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“, членот 11 „**Начини за идентификација**“ од Правилникот се менува и гласи:

„Член 11

**Начини за идентификација**

Спонзорите на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги/програмите/видеата создадени од корисници можат да се идентификуваат на повеќе начини, во зависност од видот на медиумската услуга, и тоа преку:

- најави на водител/презентер/новинар;
- објава на информации на 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 соодветен агол од содржината, или на соодветно место во каталогот со програми;

- објава на информации во најавна и/или на одјавна шпица на програмите/видеата создадени од корисници;
- посебни џинглови; и др.“

**Член 11**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“, членот 12 „**Времетраење и зачестеност на идентификациите**“ од Правилникот се менува и гласи:

„Член 12

**Времетраење и зачестеност на идентификациите**

Секоја поединечна идентификација на спонзорите на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги/програмите/видеата создадени од корисници, во зависност од видот на медиумската услуга, може да трае најмалку 5 секунди, а најмногу до 30 секунди.

Визуелните идентификации на спонзорите треба да бидат лесно забележливи, да не се преголеми, и не смеат да покриваат суштински делови од дејството – на пример ликовите или титлот, ниту на каков било друг начин да го нарушат интегритетот на програмата или видеото создадено од корисник и не смеат да го покријат логото на давателот на аудиовизуелната медиумска услуга, ознаката за категоријата на програмата, рекламирањето на поделен екран и другите ознаки кои на гледачот треба да му дадат информација во врска со природата и/или карактеристиките на програмата/видеото.

За бројот на идентификации на спонзорите во спонзорираните аудио и аудиовизуелни медиумски услуги/програми/видеа создадени од корисници одлучуваат давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во зависност од видот и природата на медиумската услуга. Притоа, треба да водат сметка дека честите идентификации може да резултираат со прекумерно истакнување или придавање претерана важност на спонзорите со што може да се нарушат уредничката независност и интегритетот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги/програми/видеа создадени од корисници.“

**Член 12**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“, насловот на подглавата „**Правила за радио**“ од Правилникот се брише.

**Член 13**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“, во подглавата „**Правила за радио**“ (чиј наслов со овие измени и дополнувања се брише) членот 13 „**Начини за идентификација на спонзорите**“ и членот 14 „**Времетраење и зачестеност на идентификациите**“ се бришат.

**Член 14**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“, насловот на подглавата „**Правила за аудиовизуелните медиумски услуги по барање**“ од Правилникот се брише.

**Член 15**

Во глава „**II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**“, во подглавата „**Правила за аудиовизуелните медиумски услуги по барање**“ (чиј наслов со овие измени и дополнувања се брише) членот 15 „**Начини за идентификација**“ и членот 16 „**Времетраење на идентификациите**“ од Правилникот се бришат.

**Член 16**

Во останатиот дел Правилникот за спонзорство не се менува.

**Член 17**

Овој Правилник за изменување и дополнување на Правилникот за спонзорство (арх.бр.01-1876/1 од

12.03.2015 година), влегува во сила наредниот ден од денот на неговото објавување во „Службен весник на Република Северна Македонија, а истиот ќе се објави на веб страната и на огласната табла на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

**Агенција за аудио и**
**аудиовизуелни медиумски услуги**
**Претседател на Советот,**
**Лазо ПЕТРУШЕВСКИ с.р.**