

Врз основа на член 18 став 1 алинеја 8 и член 20 став 1 алинеја 11<sup>1</sup> 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, 55/24 и 193/24), а во врска со член 54 од истиот Закон, согласно член 15 став 1 алинеја 7 и член 39 став 1 алинеја 11 Деловникот за работа на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Пречистен текст) бр.01-3732/1 од 29.07.2019 година и Заклучокот на Советот на Агенцијата арх.бр.02-4253/7 од 18.10.2024 г., се изготви пречистен текст на Правилникот за спонзорство.

Пречистениот текст на Правилникот за спонзорство, ги опфаќа: Правилникот за спонзорство арх.бр.01-1876/1 од 12.03.2015 година и Правилникот за изменување и дополнување на Правилникот за спонзорство арх.бр.01-4325/1 од 21.10.2024 година.

## ПРАВИЛНИК ЗА СПОНЗОРСТВО (Пречистен текст)

### 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:

- 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

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

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.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 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.

Спонзорираниите 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** **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 програми<sup>2</sup>:

- 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 спонзорирани, не е дозволено да се идентификува спонзорот во текот на нивното времетраење.

#### **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.

---

<sup>2</sup> Упатството за начинот на класификација на видовите аудиовизуелни и аудио програми е објавено во „Службен весник на Република Македонија“ бр.171/14

## **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 спонзорираниите 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 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, спонзорираниите 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.

## **II. ПРАВИЛА ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА СПОНЗОРСТВОТО**

### **Општи правила**

#### **Член 8**

##### **Означување и содржина на идентификацијата**

Во спонзорираниите 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 спонзорираниите 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 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 додаде 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.

## **Член 10**

### **Промотивни најави**

Во промотивните најави за спонзорирани 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 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 цинглови; и др.

## **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 спонзорираниите 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.

## **III. Завршни одредби**

### **Член 13**

(член 17 од Правилникот за спонзорство  
„Службен весник на Република Македонија“ бр.40/15 од 13.03.2015 г.)

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 14**

(член 18 од Правилникот за спонзорство  
„Службен весник на Република Македонија“ бр.40/15 од 13.03.2015 г.)

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

## Член 15

(член 17 од Правилникот за изменување и дополнување на Правилникот за спонзорство „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр.219/24 од 29.10.2024 г.)

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



