



Republika e Maqedonisë së Veriut  
Agjencia e Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele  
Nr. 01-4325/1  
21.10.2024  
Shkup

Në bazë të nenit 18 paragrafi (1) nënparagrafi 8 dhe neni 20 paragrafi (1) nënparagrafi 11<sup>1</sup> të Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr.184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 dhe 27/19 dhe "Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut" nr. 42/20, 77/21, 154/23 dhe 55/24), dhe në lidhje me nenin 54 nga Ligji i njëjtë, neni 15 paragrafi (1) nënparagrafi 7 dhe nenin 39 paragrafi (1) nënparagrafi 11 të Rregullores së Punës së Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele (Tekst i pastruar) nr. 01-3732/1, datë 29.07.2019, në pajtim me Konkluzionin e Këshillit të Agjencisë ark.nr.02-4253/7, datë 18.10.2024, Këshilli i Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele, në seancën e 39-të mbajtur më 17 tetor 2024 miratoi:

## RREGULLORE PËR NDRYSHIMIN DHE PLOTËSIMIN E RREGULLORES PËR SPONSORIZIM

### Neni 1

Me këtë Rregullore kryhet ndryshimi dhe plotësimi i Rregullores për sponsorizim (ark.nr.01-1876/1, datë 12.03.2015), në tekstin e mëtejme: Rregullore.

### Neni 2

Në kapitullin "I. DISPOZITA TË PËRGJITHSHME", Neni 2 "**Definicione**" të Rregullores ndryshohet si vijon:

#### " Neni 2 Definicionet

Për nevojat e kësaj Rregulloreje, shprehjet individuale kanë këtë kuptim:

- Komunikimet komerciale audiovizuele janë imazhe, me ose pa zë, që janë krijuar për:
  - promovimin e drejtpërdrejtë ose të tërthortë të mallrave, shërbimeve ose imazhit të personave fizikë ose juridikë që kryejnë aktivitete ekonomike ose
  - popullarizimi i ndonjë ideje ose aktiviteti ose për të arritur ndonjë efekt tjetër.Komunikimet komerciale audiovizuele shoqërojnë ose përfshihen në programin ose videon e krijuar nga përdoruesi për kompensim monetar ose tjetër ose për qëllime vetëpromovuese të porositesit. Format e komunikimit komercial audiovizuel, ndër të tjera, janë reklammat televizive, teleshopping, sponsorizimi dhe plasimi i produkteve;
- Komunikimi audio-komercial është përmbajtje që krijohet për:
  - promovimin e drejtpërdrejtë ose të tërthortë(indirekt) të mallrave, shërbimeve ose imazhit të personave fizikë ose juridikë që kryejnë aktivitet ekonomik ose

<sup>1</sup> Nënparagrafët 8 dhe 9 janë fshirë, shih: nenin 8 të Ligjit për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 248/18).

- popullarizimin e ndonjë ideje ose aktiviteti ose për të arritur ndonjë efekt tjetër.
- Komunikimet audiokomerciale shoqërojnë ose përfshihen në program për kompensim monetar ose tjetër ose për qëllime vetëpromovuese të porositesit. Format e komunikimeve audiokomerciale, ndër të tjera përfshijnë, dhe reklamat në radio, sponsorizimin dhe plasim të produkteve;
- Reklamim është çdo formë e transmetimit të reklamave, gjegjësisht e publikuar për kompensim monetar ose lloj tjetër kompensimi ose për qëllime vetëpromovuese të personit fizik ose juridik në lidhje me:
    - tregti, biznes, zanat ose profesion me qëllim të promovimit të ofertës së produkteve dhe shërbimeve, duke përfshirë pasurinë e paluajtshme, të drejtat dhe detyrimet në këmbim të pagesës ose
    - popullarizimi i një ideje a veprimtarie ose për të arritur një efekt tjetër;
  - Plasimi i produktit është çdo formë e komunikimit komercial audio ose audiovizual që konsiston në përfshirjen ose referencë të produktit, shërbimi ose shenjë mbrojtëse në ndonjë program ose video të krijuar nga përdoruesi, në mënyrë që ato të përfshihen në veprimin e tij, për kompensim monetar ose tjetër;
  - Sponsorizimi është çdo kontribut nga person juridik ose person fizik që nuk është i përfshirë në ofrimin e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale, ose shërbime të platformës për shpërndarje të videos ose në prodhimin e veprave audio ose audiovizuale, me qëllim financimin e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale, shërbime të platformës për shpërndarje të videove, video e krijuar nga përdoruesi ose programe, me qëllim promovimin e emrit, shenjës mbrojtëse, imazhit, aktiviteteve ose produkteve të saj;
  - Video e krijuar nga përdoruesi është tërësi imazhesh lëvizëse, me ose pa zë, pavarësisht nga kohëzgjatja, që paraqet element të veçantë, është i krijuar nga përdoruesi dhe i vendosur në platformë për shpërndarje të videove nga ai ose nga përdorues tjetër."

### Neni 3

Në kapitullin "I. DISPOZITA TË PËRGJITHSHME", neni 3 "Pavarësia editoriale dhe integriteti i programeve" të Rregullores ndryshohet si vijon:

#### " Neni 3

#### **Pavarësia editorial dhe integriteti**

Sponsorizimi nuk duhet të ndikojë në pavarësinë editoriale dhe integritetin e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale, programeve dhe videove të krijuara nga përdoruesit.

Sponsorët nuk duhet të ndikojnë në specifikat e skenarit, përmbajtjes, strukturës, produksionit, kohës së transmetimit ose orarit në katalogun e programeve të programi konkret/video të krijuar nga përdoruesi.

Shërbimet mediatike audio dhe audiovizuale të sponsorizuara/programet/videot e krijuara nga përdoruesit nuk duhet të shndërrohen në mjet për të promovuar sponsorin ose interesat e tij.

përdoruesit e shërbimeve duhet të jenë të informuar qartë dhe pa mëdyshje për ekzistencën e marrëveshjes për sponsorizim."

### Neni 4

Në kapitulli "I. DISPOZITA TË PËRGJITHSHME", neni 5 "Ndalesat për sponsorizim" të Rregullores ndryshohet si vijon:

#### " Neni 5

#### **Ndalesë për sponsorizim**

Sponsorët e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/videove të krijuara nga përdoruesit nuk mund të jenë persona juridikë ose fizikë, aktiviteti kryesor i të cilëve është prodhimi dhe/ose shitja e produkteve ose shërbimeve të mëposhtme:

- drogë,

- cigare dhe produkte të tjera të duhanit,
- cigaret elektronike dhe mjetet për t'i plotësuar ato,
- alkool dhe pije alkoolike, përveç verës dhe birrës, dhe
- armë, mjetet e qitjes dhe piroteknike.

Personat fizikë ose juridikë, aktivitetet e të cilëve përfshijnë prodhimin ose shitjen e produkteve mjekësore dhe/ose trajtime mjekësore mund të sponsorizojnë shërbime mediatike audio dhe audiovizuale, programe dhe/ose video të krijuara nga përdoruesit, nëse sponsorizimi promovon vetëm emrin ose imazhin e tyre, por jo dhe produkte mjekësore konkrete ose trajtime mjekësore të disponueshme vetëm me recetë mjekësore."

#### Neni 5

Në kapitullin "I. DISPOZITA TË PËRGJITHSHME", neni 6 "**Sponsorizimi dhe reklamimi**" të Rregullores ndryshohet si vijon:

"Neni 6

#### **Sponsorizimi dhe reklamimi**

Identifikimi i sponsorëve nuk llogaritet si reklamë dhe për këtë arsye nuk hyjnë (llogaritet) në kohën e lejuar të reklamimit të transmetuesve.

Në blloqet e reklamave dhe spoteve teleshopping që transmetohen në kuadër të programeve të sponsorizuara, lejohen të transmetohen reklama dhe spote teleshopping të sponsorëve të programit, por ato llogariten në kohën e lejuar të reklamimit.

Si përjashtim, lejohet edhe transmetimi i reklamash të izoluara dhe spoteve teleshopping të sponsorëve në programe, të cilat duhet të ndahen qartë dhe pa mëdyshje nga pjesa tjetër e programit me shpicë hyrëse dhe dalje/xhingëll, por edhe ato llogariten në kohëzgjatjen e lejuar të reklamimit tek transmetuesit".

#### Neni 6

Në kapitullin "I. Dispozitat e përgjithshme", neni 7 "**Sponsorizimi dhe plasimi i produkteve**" të Rregullores ndryshohet si vijon:

"Neni 7

#### **Sponsorizimi dhe plasimi i produkteve**

Shënja mbrojtëse, emri, produktet ose shërbimet të ndonjë personi juridik ose fizik mund të publikohen ose përmenden gjatë shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/videove të krijuara nga përdoruesit dhe si rezultat i një marrëveshjeje të veçantë komerciale me ofruesit e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale, që i referohet plasimit të produktit.

Prandaj, shërbimet mediatike audio dhe audiovizuale të sponsorizuara/programet/videot e krijuara nga përdoruesit, të cilat njëkohësisht përmbajnë plasim të produktit, i nënshtrohen si rregullave të Udhëzimit për zbatimin e dispozitave për plasim të produkteve, ashtu edhe rregullave të kësaj Rregulloreje."

#### Neni 7

Në kapitullin " II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT" nënkapitulli "**Rregullat e përgjithshme**", neni 8 "**Shënimi dhe përmbajtja e identifikimit**" të Rregullores ndryshohet si vijon:

"Neni 8

#### **Shënimi dhe përmbajtja e identifikimit**

Në shërbimet mediatike audio dhe audiovizuale të sponsorizuara, programet dhe videot e krijuara nga përdoruesit, sponsorizimi duhet të shënohet qartë, në mënyrë përkatëse, në fillim, gjatë kohës dhe/ose në fund të përmbajtjes.

Sponsori duhet të identifikohet qartë me emrin, logon dhe/ose çdo shenjë tjetër të sponsorit, siç është përmendja e produkteve ose shërbimeve të tij ose shenja e tij dalluese, duke përdorur fjalën sponsor ose shprehje të tjera të përshtatshme ("sponsorizuar nga", "në bashkëpunim me", "mundësuar nga", "në partneritet me" dhe të tjerët).

Gjatë shënimit të sponsorit(ëve), nuk mund të shfaqen/publikohen reklamat e tyre ose mesazhet teleshopping. Identifikimi i sponsorëve duhet të jetë neutral dhe i pavarur nga përmbajtja e sponsorizuar dhe duhet të dallohen lehtësisht nga format e tjera të komunikimeve komerciale audio dhe audiovizuale, siç janë reklamat dhe teleshopping.

Identifikimet nuk duhet të përmbajë deklarata promovuese për sponsorët, as të inkurajojë blerjen ose marrjen me qira të produkteve ose shërbimeve të tyre, veçanërisht nëpërmjet rekomandimeve të tyre të veçanta promovuese.

Për promovime të veçanta rekomanduese konsiderohen: thirrjet direkte për blerje ose marrjen me qira të produkteve ose shërbimeve të sponsorëve; duke treguar çmimet, avantazhet, cilësinë dhe efikasitetin e produkteve ose shërbimeve; duke treguar pozicionin e sponsorëve në treg; ofrimi i të dhënave se ku ose si mund të blihen ose porositen produktet ose shërbimet; përmendja e sloganeve reklamuese të sponsorëve që i referohen blerjes ose marrjes me qira të produkteve ose shërbimeve, etj."

## **Neni 8**

Në kapitullin "II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT" nënkaptulli "Rregullat e përgjithshme", neni 10 " Njoftimet promovuese për programet e sponsorizuara " të Rregullores ndryshohet si vijon:

"Neni 10

### **Njoftimet promovuese**

Në njoftimet promovuese për sponsorizim të shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale, programe dhe video të krijuara nga përdoruesit, sponsorët mund të identifikohen verbalisht dhe/ose vizualisht duke futur shenja të sponsorit.

Përmendja e sponsorit duhet të jetë e shkurtër dhe jo imponuese, pa kualifikime".

## **Neni 9**

Në kapitullin " II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT", titulli i nënkaptullit "Rregullat televizive " të Rregullores fshihet.

## **Neni 10**

Në kapitullin " II . RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT ", neni 11 " Mënyra e identifikimit " të Rregullores ndryshohet si vijon:

"Neni 11

### **Mënyra e identifikimit**

Sponsorët e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/video e krijuara nga përdoruesit mund të identifikohen në një sërë mënyrash, në varësi të llojit të shërbimit mediatik, nëpërmjet:

- njoftimeve të moderatorit/prezantues/gazetar;
- publikimi i informacionit të titrave lëvizës, duke përdorur teknikën e ekranit të ndarë (split screen);
- duke futur logon e sponsorit, emri i tij, emri ose imazhin e produktit ose figurën e produktit njohës, ose shenjën mbrojtëse në këndin përkatës të përmbajtjes ose në vendin përkatës në katalogun e programit;
- publikimi i informacionit në shpicën hyrëse dhe/ose dalëse të programeve/video të krijuara nga përdoruesit;
- xhingla të veçanta; etj."

## Neni 11

Në kapitullin "II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT", neni 12 "**Kohëzgjatja dhe dendësia e identifikimit**" të Rregullores ndryshohet si vijon:

### "Neni 12

#### **Kohëzgjatja dhe dendësia (shpeshtësia) e identifikimit**

Çdo identifikim individual i sponsorëve të shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/video të krijuara nga përdoruesit, në varësi të llojit të shërbimit mediatik, mund të zgjasë së paku 5 sekonda dhe maksimumi 30 sekonda.

Identifikimet vizuale të sponsorëve duhet të shënohen dukshëm, jo shumë të mëdhenj dhe nuk duhet të mbulojnë pjesë thelbësore të veprimit - për shembull personazhet ose titrat, as në ndonjë mënyrë tjetër të dëmtojnë integritetin e programit ose të videos së krijuar nga përdoruesi dhe nuk duhet të mbulojnë logon e ofruesit të shërbimit mediatik audiovizual, shenjën e kategorisë së programit, reklamat në ekran të ndarë dhe shenja të tjera që shikuesit duhet t'i japin informacion në lidhje me natyrën dhe/ose veçoritë e programit/videos.

Për numrin e identifikimit të sponsorëve në shërbimet mediatike audio dhe audiovizuale të sponsorizuara/programe/video të krijuara nga përdorues vendosen nga ofruesit e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale në varësi të llojit dhe natyrës së shërbimit mediatik. Gjithashtu, ata duhet të marrin parasysh se identifikimi i shpeshtë mund të rezultojë në theksim të tepërt ose duke i dhënë rëndësi të tepërt sponsorëve, gjë që mund të dëmtojë pavarësinë editoriale dhe integritetin e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/videove të krijuara nga përdoruesit."

## Neni 12

Në kapitullin "II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT", titulli i nënkapitullit "**Rregullat e Radios**" të Rregullores fshihen.

## Neni 13

Në kapitullin " II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT ", në nënkapitullin "**Rregullat e Radios**" (titulli i të cilit me këto ndryshime dhe plotësime fshihet ) neni 13 "**Mënyrat për identifikimin e sponsorëve**", dhe neni 14 "**Kohëzgjatja dhe shpeshtësia e identifikimit**" fshihen.

## Neni 14

Në kapitullin "II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT", titulli i nënkapitullit "**Rregullat për shërbimet mediatike audiovizuale me kërkesë**" të Rregullores fshihen.

## Neni 15

Në kapitullin " II. RREGULLAT E IDENTIFIKIMIT TË SPONSORIZIMIT ", në nënkapitullin "**Rregullat për shërbimet mediatike audiovizuale me kërkesë**" (titulli i të cilit me këto ndryshime dhe plotësime fshihet) neni 15 "**Mënyrat e identifikimit**" dhe neni 16 "**Kohëzgjatja e identifikimit**" të Rregullores fshihen.

## Neni 16

Pjesa tjetër e Rregullores për Sponsorizim nuk ndryshohet.

## **Neni 17**

Kjo Rregullore për ndryshimin dhe plotësimin e Rregullores për sponsorizim (ark.nr.01-1876/1, datë 12.03.2015) , hyn në fuqi ditën e nesërme nga dita e botimit në "Gazetën Zyrtare të Republikës së Maqedonisë së Veriut", dhe do të publikohet në ueb-faqen dhe në tabelën e shpalljeve të Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale.

**Agjencia e Shërbimeve Mediatike  
Audio dhe Audiovizuale  
Kryetari i Këshillit,**

**Lazo PETRUSHEVSKI**