

Në bazë të nenit 18 paragrafi 1 nënparagrafi 8 dhe neni 20 paragrafi 1 nënparagrafi 11<sup>1</sup>të Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele (“Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” 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, 55/24 dhe 193/24), dhe në lidhje me nenin 54 nga Ligji i njëjtë, në pajtim me nenin 15 paragrafi 1 nënparagrafi 7 dhe neni 39 paragrafi 1 nënparagrafi 11 të Rregullores së punës së Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele (Teksti i pastruar) nr.01-3732/1 datë 29.07.2019 dhe Konkluzionin e Këshillit të Agjencisë ark.nr.02-4253/7, datë 18.10.2024., është përgatitur Tekst i pastruar i Rregullores për sponsorizim.

Teksti i pastruar i Rregullores për sponsorizim përfshin: Rregulloren për sponsorizim ark.nr.01-1876/1 datë 12.03.2015 dhe Rregulloren për ndryshimin dhe plotësimin e Rregullores për sponsorizim ark.nr.01-4325/1 datë 21.10.2024.

## **RREGULLORE PËR SPONSORIZIM (Tekst i pastruar)**

### **I. DISPOZITA TË PËRGJITHSHME**

#### **Neni 1 Objekti i Rregullores**

Kjo Rregullore përcakton mënyrën e zbatimit të dispozitave për sponsorizim nga ofruesit e Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele (transmetuesit dhe ofruesit e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele me kërkesë).

#### **Neni 2 Përkufizimet**

Për nevojat e Rregullores, shprehje të veçanta kanë këtë kuptim:

- *Komunikimet komerciale audiovizuele* janë pamje, 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 aktivitet ekonomik ose
  - popullarizimi i ndonjë ideje ose aktiviteti ose për arritjen e ndonjë efekt tjetër.

Komunikimet komerciale audiovizuele që shoqërojnë ose përfshihen në program ose video të krijuar nga shfrytëzuesi(përdoruesi) për kompensim monetar ose tjetër ose për

---

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

qëllime vetëpromovuese të porositësit. Format e komunikimit komercial audiovizual, ndër të tjera, janë reklamat televizive, teleshopping, sponsorizimi dhe plasim i produkteve;

- Komunikimi audio-komercial është përmbajtje që krijohet për:
  - promovimin e drejtpërdrejtë ose të tërthortë të mallrave, shërbimeve ose imazhit të personave fizikë ose juridikë që kryejnë aktivitet ekonomik ose
  - popullarizimi i ndonjë ideje ose aktiviteti ose për të arritur efekt tjetër.Komunikimet audio-komerciale shoqërojnë ose përfshihen në program për kompensim monetar ose kompensim tjetër ose për qëllime vetëpromovuese të porositësit. Format e komunikimeve audio-komerciale, ndër të tjera, janë reklamat në radio, sponsorizimi dhe plasim i produkteve;
- Reklamim është çdo formë e transmetimit të reklamave, gjegjësisht e publikuar për kompensim monetar ose lloj tjetër 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 pasuri të paluajtshme, të drejta dhe detyrime në këmbim të pagesës ose
  - popullarizimi i ndonjë ideje ose aktiviteti ose për të arritur efekt tjetër;
- Plasim i produktit është çdo formë e komunikimit audio ose audiovizual që konsiston në përfshirjen ose referencën e një produkti, shërbimi ose shenjë mbrojtëse në ndonjë program ose video të krijuar nga shfrytëzuesi, në mënyrë që ato të përfshihen në veprimin e tij, për kompensim monetar ose lloj tjetër;
- Sponsorizim është çdo kontribut nga person juridik ose person fizik që nuk është i përfshirë në ofrimin e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale, ose shërbimet e platformës së ndarjes së videove ose në produksionin e veprave audio ose audiovizuale, me qëllim financimin e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale, shërbime të platformës për të ndarë video, video të krijuara nga përdoruesit ose programe, me qëllim promovimin e emrit, shenjës mbrojtëse, imazhit, aktiviteteve ose produkteve;
- Video e krijuar nga përdorues është grup imazhesh lëvizëse, me ose pa zë, pavarësisht nga kohëzgjatja, që paraqet një element të veçantë, i krijuar nga një përdorues dhe i ngarkuar në platformë për ndarjen e videos nga ai ose nga tjetër përdorues.

### **Neni 3 Pavarësia editoriale 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 programit të një programi konkret/video të krijuar nga përdoruesi.

Shërbimet e sponsorizuara mediatike audio dhe audiovizuele/programet/videot e krijuara nga përdoruesit nuk duhet të shndërrohen në mjet për promovim të sponsorit ose interesave të tij.

Shfrytëzuesit e shërbimeve duhet të informohen qartë dhe pa mëdyshje për ekzistencën e marrëveshjes për sponsorizim.

#### **Neni 4** **Kufizimi i sponsorizimit në programe të caktuara**

Sponsorizimi është i ndaluar në llojet e mëposhtme të programeve dhe segmente të tjera, përcaktuar nga Udhëzimet për mënyrën e klasifikimit të llojeve të programeve audiovizuele dhe audio<sup>2</sup>:

- Programet me funksion informativ: lajme dhe TV ose ditarë televiziv, program aktual informativ me qasje dokumentare, program aktual informativ me fjalë dhe çdo lloj programi me funksion informativ me temë fetare/teologjike;
- Programe me funksion edukativ: programe dokumentare me temë fetare;
- Segmente të tjera: programe fetare, shërbesa dhe predikime.

Nëse programet dokumentare (me përjashtim të atyre të cekura në paragrafin 1 të këtij neni) dhe programet për fëmijë që sponsorizohen, nuk lejohet identifikimi i sponsorit gjatë kohëzgjatjes së tyre.

#### **Neni 5** **Ndalimet e sponsorizimit**

Sponsorët e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele/programe/video 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,
- cigare elektronike dhe mjete për mbushjen e tyre,
- alkool dhe pije alkoolike, përveç verës dhe birrës, dhe
- armë, armë zjarri dhe mjete 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 audiovizuele, programe dhe/ose video të krijuara nga përdoruesit, nëse sponsorizimi promovon vetëm emrin ose imazhin e tyre, por jo dhe produkte konkrete mjekësore ose trajtime mjekësore të disponueshme në veçanti vetëm me recetë të mjekut.

---

<sup>2</sup> Udhëzim për mënyrën e klasifikimit të llojeve të programeve audiovizuele dhe audio është publikuar në "Gazetën Zyrtare të Republikës së Maqedonisë" nr.171/14.

## **Neni 6 Sponsorizimi dhe reklamimi**

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

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

Si përjashtim, lejohet edhe transmetimi i spoteve të izoluar reklamash dhe teleshoping të sponsorëve në programe, të cilat duhet të ndahen qartë dhe pa mëdyshje nga pjesa tjetër e programit me shpicën hyrëse dhe dalëse/zhingëll, por ato llogariten në kohëzgjatja e lejuar të reklamimit në transmetues.

## **Neni 7 Sponsorizimi dhe plasim i produktit**

Shenja mbrojtëse, emri, produktet ose shërbimet e ndonjë personi juridik ose fizik mund të publikohen ose përmenden gjatë shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programe/video të krijuara nga përdoruesit dhe si rezultat i marrëveshjes të veçantë komerciale me ofruesit e shërbimit mediatik audio dhe audiovizual, që i referohet plasimit të produktit.

Prandaj, shërbimet mediatike audio dhe audiovizuale të sponsorizuara/programe/video të krijuara nga përdoruesit, të cilat njëkohësisht përmbajnë plasim të produktit, i nënshtrohen dhe rregullave të Udhëzimit për zbatimin e dispozitave për plasim të produkteve dhe rregullave të Rregullores.

## **II. RREGULLAT PËR IDENTIFIKIMIN E SPONSORIZIMIT**

### **Rregulla të përgjithshme**

#### **Neni 8 Shënimi dhe përmbajtja e identifikimit**

Në shërbimet e sponsorizuara të mediave audio ose audiovizuale, programet dhe videot e krijuara nga përdoruesit, sponsorizimi duhet të tregohet qartë, në mënyrë të përshtatshme, në fillim, gjatë dhe/ose në fund të përmbajtjes.

Sponsori duhet të identifikohet qartë me emrin, logon dhe/ose me çdo tregues tjetër të sponsorit, të tilla si 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 tjera).

Gjatë shënimit të sponsorit/sponsorët nuk mund të shfaqen/publikohen reklamat e tyre ose teleshoping mesazhet.

Identifikimi i sponsorëve duhet të jenë neutrale dhe të pavarura nga përmbajtja e sponsorizuar dhe duhet të jenë lehtësisht të dallueshme nga format e tjera të komunikimeve komerciale audio dhe audiovizuale, si reklamat dhe teleshoping.

Identifikimi nuk duhet të përmbajë deklarata promovuese për sponsorët, as edhe të nxis blerjen ose marrjen me qira të produkteve ose shërbimeve të tyre, veçanërisht përmes rekomandimeve të tyre të veçanta promovuese.

Për rekomandime të veçanta promovuese konsiderohen: thirrjet e menjëhershme për blerje ose marrje me qira të produktit ose shërbime të sponsorit; paraqitjen e çmimeve, avantazheve, kualitetin dhe efikasitetin e produkteve ose shërbimeve; duke treguar pozicionin e sponsorëve në treg; paraqitjen e të dhënave se ku ose si mund të blihen ose porositen produktet ose shërbimet; paraqitja e sloganeve reklamuese të sponsorëve që i referohen blerjes ose marrjes me qira të produkteve ose shërbimeve, etj.

## **Neni 9**

### **Sponsorët në tituj ose emra programesh**

Shënja mbrojtëse ose emrat e sponsorëve dhe të produktit të tyre ose shërbimit mund të përdoren për tituj, gjegjësisht për emra të programeve, nën kushtet e mëposhtme:

- Respektim i parimit të përgjithshëm të përcaktuar ligjërisht për komunikimet komerciale audio dhe audiovizuale;
- Respektim i dispozitave për sponsorizim;
- kur përmendet emri i programit, nuk duhet të përdoren kualifikime për sponsorët, që paraqesin nxitje për shfrytëzimin e produkteve të tyre ose shërbime, gjegjësisht reklamim i fshehtë i sponsorëve;
- emri nuk duhet të përdoret në skenografinë e programit;
- përmendja e emrit të programit nuk duhet të jetë shumë e shpeshtë, në mënyrë që të mos rezultojë me theksim të tepruar të sponsorit, duke i dhënë kështu rëndësi të tepruar sponsorit nëpërmjet theksimit të shpeshtë ose të tepërt të emrit, shenjës mbrojtëse (markës tregtare), imazhit, aktiviteteve, produkteve ose shërbimeve që do të çenoj integritetin e programit, të drejtat e autorëve, si dhe pavarësinë editoriale.

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

## **Neni 10**

### **Njoftimet promovuese**

Në njoftimet promovuese për shërbimet e sponsorizuara të mediave audio ose audiovizuale, programet dhe videot e krijuara nga përdoruesit, sponsorët mund të identifikohen verbalisht dhe/ose vizualisht duke futur(insertuar) shenja të sponsorit.

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

## **Neni 11**

### **Mënyrat e identifikimit**

Sponsorët e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/videove të krijuara nga përdoruesit mund të identifikohen në shumë mënyra, në varësi të llojit të shërbimit mediatik, dhe atë përmes:

- njoftimit të spikerit/prezantuesit/gazetarit;
- publikim të informacionit në kajro të lëvizshëm, duke përdorur teknikën e ekranit të ndarë; (split screen);
- insertim të logos së sponsorit, emrin e tij, emrin ose pamjen për njohjen e produktit ose shenjën mbrojtëse, në këndin e përshtatshëm të përmbajtjes ose në vend të përshtatshëm në katalogun e programit;
- publikim të informacionit në shpicën hyrëse/ose dalëse të programeve/video të krijuara nga përdoruesit;
- xhingla të veçanta; etj.

## **Neni 12**

### **Kohëzgjatja dhe shpeshtësia e identifikimit**

Çdo identifikim individual i sponsorëve të shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/videove 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 jenë lehtësisht të dukshme, jo shumë të mëdha 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 me ekran të ndarë dhe shenja të tjera që shikuesit duhet t'i japin informacion në lidhje me natyrën dhe/ose karakteristikat e programit/videos.

Për numrin e identifikimit të sponsorëve në shërbimet mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/videot e krijuara nga përdoruesit do të vendoset 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 në dhënien e rëndësisë së tepërt të sponsorëve, gjë që mund të çojë pavarësinë editoriale dhe integritetin e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuale/programeve/videove të krijuara nga përdoruesit.

## **III. Dispozitat përfundimtare**

### **Neni 13**

(neni 17 i Rregullores për sponsorizim

"Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr.40/15 e datës 13.03.2015)

Me hyrjen në fuqi të Rregullores, pushon së vlefshmi Rregullorja për mënyrën e identifikimit të sponsorëve në programet televizive TV dhe radio ("Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr.72/07).

### **Neni 14**

(neni 18 i Rregullores për sponsorizim

"Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr.40/15 e datës 13.03.2015)

Kjo Rregullore hyn në fuqi ditën e nesërme nga dita e botimit në "Gazetën Zyrtare të Republikës së Maqedonisë".

### **Neni 15**

(neni 17 i Rregullores për ndryshimin dhe plotësimin e Rregullores për sponsorizim  
“Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” nr.219/24, datë 29.10.2024)

Kjo Rregullore për ndryshimin dhe plotësimin e Rregullores për sponsorizim (ark.nr.01-1876/1, e datës 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 për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele.

**Agjencia për Shërbime Mediatike  
Audio dhe Audiovizuele  
Kryetari i Këshillit,  
Lazo PETRUSHEVSKI, d.v.**