

*Милан Јечменић<sup>2</sup>*

## **ПРАВНИ ОКВИР УРЕЂЕЊА СПОНЗОРСТВА У СРПСКОМ ПРАВНОМ СИСТЕМУ**

УДК: 347.440.64

Прегледни рад  
doi:10.59864/rpjs060102MЈ

### **Резиме**

Предмет истраживања у овом раду су одредбе које су раштркане у разним законима, а које се непосредно, или посредно односе и примењују на спонзорство. Конкретно, ради се о Закону о глашавању, Закону о потврђивању европске конвенције о прекограничној телевизији, Закону о порезу на добит правних лица, Закону о порезу на доходак грађана и Закону о порезу на додату вредност. Аутор у компаративном анализом представља и појашњава релевантне норме.

Кључне речи: спонзорство, законска регулативе спонзорства, компаративна анализа.

### **Увод**

Уговор о спонзорству, иако учестао и уобичајен у пракси, није регулисан нити Законом о облигационим односима, нити посебним законом, те се сходно томе

---

<sup>2</sup> Универзитет МБ, Теодора Драјзера 27, Београд, Србија, e-mail: milanjecmenic@yahoo.com, ORCID <https://orcid.org/0009-0003-6109-3490>

ради о тзв. неименованом уговору. Ипак, материја спонзорства уобичајено бива парцијално регулисана законима којима се уређује подручје које може бити предмет спонзорског интересовања. Јасно је онда, да се одредбе које се, било директно, било индиректно, односе на спонзорство, налазе раштркане у разним законима. У складу са начелом аутономије воље, уговарачи могу свој облигациони однос (у нашем случају уговор о спонзорству) да уреде по својој вољи, при чему је то могуће само уз поштовање граница постављених принудним прописима, јавним поретком и добрим обичајима.<sup>3</sup> Дакле, уговарачи из уговора о спонзорству, приликом обликовања свог уговора мораће да узму у обзир и законе који се било директно, било индиректно тичу спонзорства и из којих могу произићи разна ограничења за уговораче. С обзиром да, као што смо рекли, ове одредбе су раштркане у разним законима, што уговарачима, поготову ако се ради о уговарачима који нису сами правници, јасно отежава ситуацију, аутор има за циљ у овом раду детаљан приказ одредби разних закона које се тичу спонзорства. Конкретно, аутор даје детаљан приказ одредби Закона о оглашавању<sup>4</sup> и Закона о потврђивању Европске конвенције о прекограничној телевизији<sup>5</sup> које

---

<sup>3</sup> Закон о облигационим односима Републике Србије (300), Службени лист СФРЈ, бр. 29/78, 39/85, 45/89-одлука УСЈ и 57/89, Службени лист СРЈ, бр. 31/93 и Службени лист СЦГ, бр. 1/2003-Уставна повеља), чл. 10.

<sup>4</sup> Закон о оглашавању, („Сл. гласник РС“, бр. 6/2016).

<sup>5</sup> Закон о потврђивању европске конвенције о прекограничној

се непосредно тичу спонзорства, као и одредби пореских закона (конкретно, Закон о порезу на добит правних лица<sup>6</sup>, Закон о порезу на доходак грађана<sup>7</sup>, Закон о порезу на додату вредност<sup>8</sup>) које се примењују на спонзорство, као и додатна појашњења у вези примене ових одредби на спонзорство.

## **1. Одредбе Закона о оглашавању које се примењују на спонзорство**

Законом о оглашавању регулисани су поједини аспекти спонзорства. Са становишта економских наука спонзорство и оглашавање нису истоветне делатности, премда обе спадају у видове маркетиншких активности. У складу са тим, и Закон о о оглашавању прави разлику између спонзорства и оглашавања тако што наводи да се овим законом уређују како

---

телевизији (“Сл. гласник РС-Међународни уговори”, бр. 42/2009), у даљем тексту Конвенција.

<sup>6</sup> Закон о порезу на добит правних лица (“Сл. гласник РС”, бр. 25/2001, 80/2002, 80/2002-др. закон, 43/2003, 84/2004, 18/2010, 101/2011, 119/2012, 47/2013, 108/2013, 68/2014-др. закон и 142/2014).

<sup>7</sup> Закон о порезу на доходак грађана („Сл. гласник РС”, бр. 24/2001, 80/2002, 80/2002-др. закон, 135/2004, 62/2006, 65/2006-испр., 31/2009, 44/2009, 18/2010, 50/2011, 91/2011-одлука УС, 7/2012-усклађени дин. изн., 93/2012, 114/2012-одлука УС, 8/2013-усклађени дин. изн., 47/2013, 48/2013-испр. и 108/2013, 57/2014, 68/2014-др. закон).

<sup>8</sup> Закон о порезу на додату вредност („Сл. гласник РС”, бр. 84/2004, 86/2004-испр., 61/2005, 61/2007, 93/2012, 108/2013, 68/2014-др. закон, 142/2014).

оглашавање тако и спонзорство<sup>9</sup>, као и да се на спонзорство примењују општа правила о оглашавању.<sup>10</sup> Према Закону о о оглашавању, оглашавање представља свако представљање без обзира на форму, које је повезано са обављањем професионалне или пословне делатности, а има за циљ подстицај продаје робе и услуга, продају непокретности, као и пренос права и обавеза<sup>11</sup>, док спонзорство обухвата сваки облик финансијске или какве другачије подршке коју спонзор пружа другом лицу (правном или физичком) или пак његовим активностима ради промовисања сопственог имена, назива, жига, делатности или производа.<sup>12</sup>

Законом о оглашавању предвиђена су извесна ограничења у погледу тога ко може бити спонзор. Тако, ограничења су везана за произвођаче алкохолних пића, приређиваче игара на срећу, произвођаче дуванских производа, државне органе и организације и политичке организације<sup>13</sup>. Оглашивач алкохолних пића не сме да спонзорише медије, спортисте, спортска удружења, спортске манифестације, као и учеснике тих догађаја. Такође није допуштено спонзорство малолетних лица, нити њихових активности, као ни лица или активности чија се публика већином састоји од малолетних лица.

---

<sup>9</sup> Закон о оглашавању, („Сл. гласник РС“, бр. 6/2016), чл. 1.

<sup>10</sup> Закон о оглашавању, чл. 64, ст. 4.

<sup>11</sup> Закон о оглашавању, чл. 2, ст. 1.

<sup>12</sup> Закон о оглашавању, чл. 64, ст. 1.

<sup>13</sup> Станојевић, П. З. (2025). Модерни уговори, трансфер имица и кауза - анализа уговора о спонзорству. Зборник радова Правног факултета, Нови Сад, 59(1), 351-376.  
<https://doi.org/10.5937/zrpfns59-52863>

Ова забрана не важи за алокохолна пића са садржином алкохола испод 20%. Изузетак постоји и за спонзорство штампаних медија и догађаја које они организују, сем ако су намењени или усмерени ка малолетним лицима. Свако спонзорисање произвођача алкохолних пића мора да садржи упозорење о одговорној употребу алкохола.<sup>14</sup>

Организаторима игара на срећу није допуштено спонзорство малолетних лица, нити њихових активности, као ни лица или активности чија се публика већином састоји од малолетних лица.<sup>15</sup> Медијске услуге и програмски садржаји не могу бити спонзорисани од стране државних органа, организација или политичких субјеката.<sup>16</sup>

Оглашивачима дуванских производа није дозвољено да спонзоришу медије, спортисте, спортска удружења, спортске манифестације, као и учеснике тих догађаја, нити малолетна лица, нити њихове активности, као ни лица или активности чија се публика већином састоји од малолетних лица. У случајевима када спонзорисање није забрањено, допуштена је употреба пословног имена и жига произвођача дуванских производа у просторијама које су намењене за учеснике и публику спонзорисаних манифестација. Међутим њихова употреба није допуштена нити на сцени, нити у сценографији културне манифестације, нити на други

---

<sup>14</sup> Закон о оглашавању, чл. 67.

<sup>15</sup> Закон о оглашавању, чл. 68.

<sup>16</sup> Закон о оглашавању, чл. 65, ст. 6.

упадљив начин који би омогућио видљивост током тв преноса или снимања манифестације. Такође није допуштено њихово истицање у огласним порукама којима се промовише спонзорисани догађај. Исто правило се примрњује и на спонзорисање произвођача електронских цигарета.<sup>17</sup>

Закон о оглашавању предвиђа извесна правила којих се морају придржавати како спонзор, тако и спонзорисани. Спонзорство мора бити јасно означено. Спонзорисани програмски садржај мора бити јасно обележен као такав, истицањем имена, знака или другог обележја спонзора (нпр. Назива робе или услуге односно другог препознатљивог симбола), на почетку и на крају, а по потреби и током самог програма. Код дечјих и религијских програма означавање је допуштено само на почетку и на крају таквих програма. Спонзорство не сме путем имитирања другог спонзора, његових активности, или на било који други начин довести у заблуду адресата рекламне поруке у погледу идентитета спонзора или спонзорисаног, нити у погледу природе и делатности спонзора, особина њихових производа, њиховог утицаја и могућим здравственим ризицима. Када медијске услуге или програмске садржаје спонзорише правно или физичко лице чија делатност укључује производњу или продају медицинских средстава и пружање здравствених услуга, спонзорисана услуга или садржај могу

---

<sup>17</sup> Закон о оглашавању, чл. 69.

промовисати име односно назив спонзора.<sup>18</sup>

Спонзор не сме да ограничава креативност спонзорисаног, као ни његово право да самостално управља спонзорисаном активношћу и да дефинише циљ и садржину спонзорисане активности. Спонзор не сме да утиче на садржину спонзорисаних аудио-визуелних медијских услуга или програмских садржаја, нити на распоред њиховог приказивања код телевизијског емитовања, на начин којим се утиче на одговорност и уређивачку независност пружаоца медијске услуге. Уговор закључен противно овом ништав је. Спонзорисане медијске услуге односно програми не смеју директно подстицати куповину или коришћење робе и услуга, посебно путем промотивног упућивања на њих. Спонзор не сме да спонзорством наруши интегритет уметничке, спортске или културне садржине спонзорисане активности, нити да угрози углед спонзорисаног. С друге стране, спонзорисани не сме спровођењем спонзорисане активности да мења назив, или име спонзора, његов робни, или услужни жиг, нити да на било који начин наруши његов углед, или имиџ.<sup>19</sup>

Законом о оглашавању је за обе уговорне стране предвиђена обавеза да се уздрже од поступака којима се може нашкодити угледу другог уговарача. Иначе, у пракси закључења уговора о спонзорству, често се уговара обавеза за спонзорисаног да се уздржи од свих

---

<sup>18</sup> Закон о оглашавању, чл. 65.

<sup>19</sup> Закон о оглашавању, чл. 66.

поступака који могу угрозити његов имиџ, чиме индиректно може бити угрожен и имиџ спонзора, а нарочито да се уздржи од поступака који директно угрожавају имиџ спонзора. Овакве клаузуле у пракси закључења уговора о спонзорству познате су као „клаузуле доброг понашања“.

## **2. Одредбе Закона о потврђивању европске конвенције о прекограничној телевизији које се примењују на спонзорство**

Законом о потврђивању Европске конвенције о прекограничној телевизији потврђена је Европска конвенција о прекограничној телевизији коју је Савет Европе донео 1989. године. Овом Конвенцијом уређени су поједини аспекти спонзорства телевизијских програма. У смислу ове Конвенције спонзорство означава учешће физичког, или правног лица, које није укључено у активности емитовања, или у продукцију аудиовизуелних остварења, у директном, или индиректном финансирању програма у циљу промовисања имена, заштитног знака, имиџа или активности тога лица.<sup>20</sup>

Када су програм, или серија спонзорисани у целини, или делимично, јасно ће бити означени као такви, одговарајућим напоменама на почетку и/или, крају тих програма. На садржај, или време преноса спонзорисаних програма ни под каквим околностима

---

<sup>20</sup> Конвенција, чл. 2.

не може утицати спонзор на такав начин да наруши одговорност и уредничку независност радиодифузне организације у погледу програма. Спонзорисани програми неће постицати продају, куповину, или изнајмљивање производа, или услуга спонзора, или неке треће стране, нарочито не емитовањем, у току програма, посебних промотивних порука које се односе на те производе и услуге.<sup>21</sup>

Програме не могу спонзорисати физичка, или правна лица чија је основна делатност производња, или продаја производа, или пружање услуга чији су оглашавање и теле-шопинг забрањени на основу чл. 15. Чланом 15 Закона о потврђивању Европске конвенције о прекограничној телевизији предвиђено је да нису дозвољени оглашавање и теле-шопинг дуванских производа. Оглашавање и теле-шопинг алкохолних пића свих врста дозвољено је у складу са следећим правилима: 1) неће бити упућени посебно малолетницима и нико у огласима или теле-шопингу ко се доводи у везу са алкохолним пићима не сме да делује као малолетник; 2) неће доводити у везу трошење алкохола са физичком способношћу или војњом; 3) неће тврдити да алкохол има терапијска својства или да је стимуланс, седатив, или средство за решавање проблема; 4) неће охрабривати неумерено трошење алкохола, нити представљати апстиненцију и умереност у негативном светлу; 5) неће стављати непотребан нагласак на садржај алкохола у пићима.

---

<sup>21</sup> Конвенција, чл. 17.

Неће бити дозвољено рекламирање лекова, или медицинских третмана који се у држави уговорници са чије се територије емитује програм могу прибавити само на лекарски рецепт. Рекламирање свих других лекова, или медицинских третмана ће бити јасно препознатљиво као такво, поштено, искрено и подложно провери и биће у складу са захтевима заштите појединца од штетних последица. Телешопинг за лекове и медицинске третмане се неће дозвољавати.<sup>22</sup>

Предузећа чија делатност обухвата, *inter alia*, производњу, или продају лекова и медицинских третмана могу да спонзоришу програме промовисањем имена, заштитног знака, имица, или делатности предузећа, уз изузеће било каквих порука у погледу лекова, или нарочитих медицинских третмана који су доступни само уз лекарски рецепт у држави уговорници која врши емитовање. Неће се дозвољавати спонзорисање вести и програма о текућим догађајима.<sup>23</sup>

### **3. Одредбе пореских закона које се примењују на спонзорство**

Давања и примања које по основу уговора о спонзорству остварују спонзор и спонзорисани подлежу плаћању пореза. Порески третман спонзорства

---

<sup>22</sup> Конвенција, чл. 15.

<sup>23</sup> Конвенција, чл. 18.

уређују Закон о порезу на добит правних лица, Закон о порезу на доходак грађана и Закон о порезу на додату вредност. Ипак, примена ових закона на спонзорство у пракси је створила извесне недоумице. Те недоумице су се тичале питања који и колики порез се плаћа на давања и примања које по основу уговора о спонзорству остварују спонзор и спонзорисани. Сходно томе, те недоумице су отклоњене на основу мишљења Министарства финансија и економије о чему ћемо говорити у наставку.

Према Закону о порезу на добит правних лица, као расход у пореском билансу обвезника признају се трошкови рекламе и пропаганде, и то у укупном износу до 10% од оствареног прихода.<sup>24</sup> Примена ове одредбе на спонзорство у пракси је створила извесне недоумице услед чега се јавила потреба за тумачењем од стране Министарства финансија и економије. Према мишљењу Министарства финансија и економије уговор о спонзорству представља савремени пословни уговор којим се регулишу узајамна права и обавезе спонзора и спонзорисаног, при чему спонзорисани преузима на себе обавезу да спонзору обезбеди рекламне или пропагандне контрауслуге. Расходи по основу спонзорства, када је прималац средстава обавезан да заузврат пружи одређену противуслугу (нпр. оглашавање, јавно представљање спонзора или сличне

---

<sup>24</sup> Закон о порезу на добит правних лица ("Сл. гласник РС", бр. 25/2001, 80/2002, 80/2002-др. закон, 43/2003, 84/2004, 18/2010, 101/2011, 119/2012, 47/2013, 108/2013, 68/2014-др. закон и 142/2014), чл. 15.

активности), сматрају се обликом индиректне промоције пословања пореског обвезника, односно трошковима пропаганде. У том случају на ове расходе се примењује чл. 15 Закона о порезу на добит правних лица. У овом случају и са пореског аспекта нужно је да спонзор и спонзорисани закључе уговор о спонзорству у којем се уређују сви битни елементи као што су предмет спонзорства, обим и начин спонзорисања, основ по коме се спонзорисање врши, рокови, међусобне обавезе, као и надлежност у случају спора и друга релевантна питања.<sup>25</sup>

Такође, недоумице су се у пракси јавиле и око примене Закона о порезу на доходак грађана<sup>26</sup> на спонзорство. Ове недоумице отклонило је својим мишљењем Министарство финансија и економије. Према мишљењу Министарства финансија и економије за спонзора исплата спонзорисаном по основу уговора о спонзорству представља расход. Са друге стране, за спонзорисаног новчана исплата од стране спонзора представља приход. Према члану 85 став 1 Закона о порезу на доходак грађана таква исплата се третира као накнада трошкова и других расхода лицима која нису у радном односу код исплатиоца. У том смислу, а у

---

<sup>25</sup> Мишљење Министарства финансија и економије бр. 414-00-94/2003-04 од 24.06.2003., доступно на: [www.propisionline.com](http://www.propisionline.com).

<sup>26</sup> Закон о порезу на доходак грађана („Сл. гласник РС“, бр. 24/2001, 80/2002, 80/2002-др. закон, 135/2004, 62/2006, 65/2006-испр., 31/2009, 44/2009, 18/2010, 50/2011, 91/2011-одлука УС, 7/2012-усклађени дин. изн., 93/2012, 114/2012-одлука УС, 8/2013-усклађени дин. изн., 47/2013, 48/2013-испр. и 108/2013, 57/2014, 68/2014-др. закон).

складу са чланом 85 став 3 и чланом 86 истог закона, исплата физичком лицу по основу уговора о спонзорству сматра се другим приходом на који се плаћа порез по стопи од 20% на пореску основицу коју чини бруто приход умањен за нормиране трошкове у висини од 20%.<sup>27</sup>

Према одредбама Закона о порезу на додату вредност, предмет опорезивања ПДВ је испорука добара и пружање услуга које порески обвезник врши у Републици Србији уз накнаду у оквиру обављања делатности, као и увоз добара у Републику Србију.<sup>28</sup> Такође, и примена ове одредбе на спонзорство у пракси је створила извесне недоумице услед чега се јавила потреба за тумачењем од стране Министарства финансија и економије. Према мишљењу Министарства финансија и економије када спонзор даје примаоцу спонзорства одређени новчани износ, а прималац спонзорства заузврат јавно и на уговорени начин истиче да је спонзорисан од стране спонзора и на други начин рекламира спонзора, ради се о промету услуга који прималац спонзорства врши спонзору, што је предмет опорезивања ПДВ. Обвезник пореза на додату вредност- прималац спонзорства- дужан је да на промет тих услуга обрачуна и плати ПДВ. Основицу за обрачун ПДВ представља цео износ накнаде коју

---

<sup>27</sup> Мишљење Министарства финансија и економије бр. 413-00-1315/2009-04 од 28.05.2009., доступно на: [www.propisionline.com](http://www.propisionline.com).

<sup>28</sup> Закон о порезу на додату вредност („Сл. гласник РС“, бр. 84/2004, 86/2004-испр., 61/2005, 61/2007, 93/2012, 108/2013, 68/2014-др. закон, 142/2014), чл. 3.

прималац спонзорства као обвезник ПДВ прима или треба да прими за извршени промет. Када спонзор даје примаоцу спонзорства добра или услуге, а заузврат добија рекламирање или другу уговорену противуслугу, ради се о размени добара, односно услуга. У том случају обвезник ПДВ- спонзор- има обавезу да обрачуна и плати ПДВ на промет добара и услуга које врши при чему се као основица узима тржишна вредност услуга које му пружа прималац спонзорства, без урачунатог ПДВ. Са друге стране прималац спонзорства као обвезник ПДВ на промет услуга које врши спонзору обрачунава и плаћа ПДВ на основицу коју чини тржишна вредност добара или услуга које прима од спонзора, такође без укљученог ПДВ.<sup>29</sup>

### **Закључак**

Дакле, као што можемо видети, одредбе које се непосредно, или посредно односе на спонзорство, налазе се раштркане у разним законима који уређују разна подручја која могу бити предмет интересовања спонзора. С обзиром на то, да уговарачи приликом састављања уговора о спонзорству морају водити рачуна о поштовању ових одредби, њихова раштрканост у разним законима им ни у ком погледу не олакшава ситуацију. Зато се аутор одлучио да овим

---

<sup>29</sup> Мишљење Министарства финансија и економије бр. 413-00-1423/2008-04 од 7.7.2008., доступно на: [www.propisionline.com](http://www.propisionline.com).

радом пружи скроман допринос и будућим уговарачима уговора о спонзорству олакша посао излагањем свих релевантних одредби на једном месту, као и њихови појашњењем.

### Литература

1. Закон о облигационим односима Републике Србије (ЗОО), Службени лист СФРЈ, бр. 29/78, 39/85, 45/89-одлука УСЈ и 57/89, Службени лист СРЈ, бр. 31/93 и Службени лист СЦГ, бр. 1/2003-Уставна повеља).
2. Станојевић, П. З. (2025). Модерни уговори, трансфер имица и кауза - анализа уговора о спонзорству. Зборник радова Правног факултета, Нови Сад, 59(1), 351-376. <https://doi.org/10.5937/zrpfns59-52863>
3. Закон о оглашавању, („Сл. гласник РС“, бр. 6/2016).
4. Закон о потврђивању европске конвенције о прекограничној телевизији (“Сл. гласник РС-Међународни уговори“, бр. 42/2009).
5. Закон о порезу на добит правних лица (“Сл. гласник РС“, бр. 25/2001, 80/2002, 80/2002-др. закон, 43/2003, 84/2004, 18/2010, 101/2011, 119/2012, 47/2013, 108/2013, 68/2014-др. закон и 142/2014).
6. Закон о порезу на доходак грађана („Сл. гласник РС“, бр. 24/2001, 80/2002, 80/2002-др. закон,

- 135/2004, 62/2006, 65/2006-испр., 31/2009, 44/2009, 18/2010, 50/2011, 91/2011-одлука УС, 7/2012- усклађени дин. изн., 93/2012, 114/2012- одлука УС, 8/2013-усклађени дин. изн., 47/2013, 48/2013-испр. и 108/2013, 57/2014, 68/2014-др. закон).
7. Закон о порезу на додату вредност („Сл. гласник РС“, бр. 84/2004, 86/2004-испр., 61/2005, 61/2007, 93/2012, 108/2013, 68/2014-др. закон, 142/2014).
  8. Мишљење Министарства финансија и економије бр. 414-00-94/2003-04 од 24.06.2003.
  9. Мишљење Министарства финансија и економије бр. 413-00-1315/2009-04 од 28.05.2009.
  10. Мишљење Министарства финансија и економије бр. 413-00-1423/2008-04 од 7.7.2008.

*Milan Ječmenić*

## **LEGAL FRAMEWORK REGULATING SPONSORSHIP IN THE SERBIAN LEGAL SYSTEM**

### **Abstract**

The subject of research in this paper are provisions scattered in various laws, which directly or indirectly relate to and apply to sponsorship. Specifically, these are the Law on Voting, the Law on Ratification of the European Convention on Transfrontier Television, the Law on Corporate Income Tax, the Law on Personal Income Tax and the Law on Value Added Tax. The author presents and

clarifies the relevant norms through a comparative analysis.

**Key words:** sponsorship, legal regulations on sponsorship, comparative analysis.

Datum prijema (Date received): 18.12.2025.

Datum prihvatanja (Date accepted): 24.03.2026.

