

HC TRUTNOV o.s.

Na Lukách 460

541 01 Trutnov

IČ67441921

**SMĚRNICE
O REKLAMĚ KLUBU**

poř.č. 3)

Touto směrnici se stanovují závazná pravidla k

1. Užívání a realizaci reklamy klubu
2. Prezentaci
3. Stanovení pravidel uzavírání smluv o reklamě
4. Realizaci reklamy klubu
5. Stanovení způsobů čerpání reklamy
6. Zpracování dokumentace o reklamě klubu

Obsah

- I. Základní preambule
- II. Zásady smluvního ujednání o reklamě
- III. Nosič reklamy
- IV. Cena reklamní presentace
- V. Závěrečné ustanovení

I. **ZÁKLADNÍ PREAMBULE**

Pro potřeby této vnitřní směrnice se pojmem reklama, nosič reklamy, realizace zviditelnění klubu a třetí osoby (právnícké, fyzické osoby) jako partnera klubu.

Reklama je realizována na základě smluvního ujednání mezi klubem a partnerem a to na veřejných akcích klubu.

Prioritním hlediskem při realizaci reklamy je vždy vlastní image klubu.

Vždy je nutno dodržet stanovené zásady užití loga, značky a textu partnera klubu s přihlédnutím k image partnera.

Nosičem reklamy je

1. klub,
2. hráč klubu,
3. produkt klubu – sport – lední hokej.

Nástrojem k realizaci reklamy jsou

1. textové prostředky,
2. webové nástroje,
3. filmové a jiné dokumentační nástroje.

II. **ZÁSADY SMLUVNÍHO UJEDNÁNÍ O REKLAMĚ**

1. Reklama či presentace klubu je realizována smluvním vztahem a to
 - 1.1.. Smlouvou o reklamě
 - 1.2.. Smlouvou o spolupráci s reklamním plněním.
 - 1.3. Smlouvou o prezentaci

2. Smlouva dle bodu 1.1. až 1.3. tohoto článku má vždy písemnou formu a obsahuje zejména tyto náležitosti:
 - 2.1. Předmět smlouvy – přesná specifikace způsobu prezentace a formy reklamy či propagace
 - 2.2. Účel smlouvy
 - 2.3. Trvání smlouvy – stanovení doby smluvního vztahu obou stran.
 - 2.4. Výše a splatnost předmětu smlouvy - stanovení výše finančního plnění předmětu smlouvy, které je se smluvní stranou (partnerem klubu) dohodnuto.
V této části smlouvy definovat otázky
 - 2.4.1. splatnosti finančního plnění
 - 2.4.2. způsobu úhrady finančního plnění (bankovní převod nebo úhrada v hotovosti).
Pro úhradu v hotovosti je stanoven maximální limit 300.000 Kč.
 - 2.4.3. DPH
 - 2.4.4. sankce v případě prodlení s finančním plněním
 - 2.5. Způsob realizace reklamy včetně stanovení termínu realizace
 - 2.6. Způsob údržby reklamy po dobu účinnosti smlouvy
 - 2.7. Způsob a forma zpracování a doložení dokumentace reklamy po skončení soutěžního období (filmový či jiný záznam) Forma a způsob zpracování dokumentace musí mít vypovídající schopnost pro potřeby prezentace případných kontrolních orgánů.
 - 2.8. Možnosti ukončení účinnosti smlouvy
 - 2.9. Doručování
 - 2.10. Stvrzení smlouvy - smlouva je podepisována oprávněnými osobami obou smluvních stran.

III. NOSIČ REKLAMY

Nosičem reklamy dle těchto zásad je

1. právnická osoba - klub,
2. hráč klubu,
3. zimní stadion kde se odehrává předmětný hokejový zápas, (plochy, mantinely, led apod.)
4. dopravní prostředek, kterým se hráči přepravují na zápas, tréninky, soustředění,
5. tiskoviny,
6. výstrojní součásti hráčů - dresy, štlupny, helmy, hokejky, brusle, rukavice, doplňky, puky, návleky,
7. web,
8. média.

Náklady na „nosiče reklamy“ jsou z účetního hlediska výdajem pro klub, bez nosiče reklamy nelze reklamu realizovat.

Ad 1) Klub

pro zajištění reklamy uzavírá dohodu o účasti v soutěži s provozovatelem soutěže (ČSLH se sídlem v Praze - řídicí orgán soutěže), za což mu přísluší správní poplatek ve výši 20.000 Kč pro účast ve II.lize, jinak dle stanovených poplatků pro mládežnické kategorie, pro krajské soutěže apod..

Nákup práv na soutěž od jiného subjektu je řešen zvláštními předpisy ČSLH, oba správní poplatky jsou nástrojem k realizované reklamě.

Reklamu nelze provádět bez zajištění těchto práv (jedná se o výdaj na zajištění reklamy).

Bez úhrady (platba na soutěž je zárukou účasti v této soutěži) nemůže klub uzavírat dohody s hráči ani třetími osobami k realizaci reklamy.

Ad 2) Hráč

má za povinnost po dobu platné dohody s klubem udržovat patřičnou výkonnost a své chování a vystupování v mezích dohody, neboť je nositelem reklamy. Tuto povinnost má po dobu tréninku, utkání, ale i v rámci chování na veřejnosti, společenských akcích. Vystupování a chování hráče ovlivňuje diváky a specificky i mládež.

Tyto náležitosti jsou zakotveny i ve smlouvách s hráči.

Reklama je realizována na výstrojních a výzbrojních součástkách

- a) helma,
- b) dres,
- c) výstroj - návleky, štlupny, brusle, rukavice, hokejka.

Výstroj je možno použít i pro společenské akce.

Požizovací hodnota výstroje a výzbroje je výdajem k zajištění reklamy, neboť bez těchto předmětů nelze sportovní odvětví provozovat a reklamu poskytnout, tisk na dres se může realizovat jen v případě kdy je dres zakoupen – vyroben apod.

Hráčská odměna je pro klub výdajem za činnost, tedy v duchu dohody výdajem na reklamu, kdy hráč svým výkonem, chováním dělá klubu a potažmo třetím osobám reklamu.

V případě porušení – provinění je uplatněna sankce mimo jiné i za poškození dobrého jména klubu, partnera.

Výdajem na reklamu je i úhrada hráčských práv, pokud klub nemá na hráče práva nemůže je využít k reklamní prezentaci, jde o práva z jiných klubů, eventuelně ČSLH. Zde je dokumentační povinnost.

Ad 3) Zimní stadion

je pro potřeby reklamy osazen reklamními deskami jejichž pořízení a příprava k poskytování reklamy je výdajem k zajištění reklamy. Zpracování reklamy je výdajem na reklamu jakož i nájemní poplatky za osazení reklamy na ZS. Toto ustanovení je platné i pro plachty, desky na mantinel, údržbu desek (čištění, výměna apod.)

Zimní stadion poskytuje reklamu na

- a) deskách,
 - b) plachtách,
 - c) mantinelu,
 - d) informačních deskách,
 - e) strojích – roľba apod.,
- dále
- f) v media centru tzv. press centru,
 - g) v kabině mužstva,
 - h) v informačních médiích – okruh televize, rozhlas, moderování zápasů,
 - i) na ledě.

Náklady s výrobou uvedené reklamy a její údržbou jsou výdajem na reklamu. Je zde dokumentační povinnost.

Ad 4) Tiskoviny

jsou nositelem reklamy ve formě

- a) zápasového informačního bulletinu,,
- b) zpravodaje, (magazínu šířeného v tištěné podobě nebo po soc.sítích)
- c) vlastních novin,
- d) magazínu, (+ bod b)
- e) ročenky,
- f) plakátu,
- g) vstupenky,
- h) informačního letáku,
- i) plošného banneru.

Výdajem k zajištění reklamy se rozumí jejich výroba, distribuce, poplatky za práva k využití, distribuci apod. Je zde dokumentační povinnost.

Ad 5) Dopravní prostředky

sloužící v rámci činnosti klubu k přepravě na zápasy (za účelem realizace reklamy) nebo jsou nositelem jiné informace o klubu (pozvánka na zápas, informace ke klubovému webu).

Jde o náklad (výdaj na reklamu) spojený s přepravou hráčů a materiálu na tréninky, zápasy, na obecnou informovanost.

Dalším výdajem na reklamu je použití dopravního prostředku jako reklamního nosiče, který je opatřen značkou nebo logem partnera. V tomto případě se jedná o náklady na výrobu či údržbu.

Je zde dokumentační povinnost.

Ad 6) Webová stránky

její zpracování, pořízení a údržba je výdajem k zajištění reklamy.

Je zde dokumentační povinnost.

Ad 7) Média tisková, rozhlasová, televizní

Jedná se zejména o zpracování, výrobu prezentací, rozhovory, pořady.

Jde o výdaje na reklamu.

Je zde dokumentační povinnost.

IV.
CENA ZA REKLAMNÍ PREZENTACI

Cena za reklamní prezentaci je stanovena dohodou smluvních stran na pozici, a je takto uvedena ve smlouvě.

Pozice pro reklamní prezentaci:

1. Generální partner
2. Hlavní partner
3. Partner
4. Reklamní partner (omezený počet zápasů)
5. Sponzor utkání
6. Sponzor losování cen pro diváky podle vstupenek nebo soutěže (divák, který odhadne výsledek, střelce branky apod.)
7. Sponzor „nejlepšího hráče zápasu“, nebo „hráč, který v zápase vstřelí první branku“ – zvolená pozice ve hře/zápase

Cena za jednotlivé pozice se řídí obvyklými cenami, v zásadě nemůže být vyšší než částky na reprezentaci a extraligu jako nejvyšší soutěž a nejvyšší reklamní záběr a tedy i nejdražší reklamní plnění.

VI.
ZÁVĚREČNÉ USTANOVENÍ

1. Účinnost tato směrnice nabývá dnem projednání na výboru HC a projednáním a schválením na valné hromadě klubu.
2. Výjimky z této směrnice včetně výjimky ze stanovených cen reklamy pro jednotlivé soutěžní ročníky může udělit výbor klubu.
Udělení výjimky musí vždy být ve prospěch klubu s cílem uzavření smluvní závazku s partnerem klubu.

V Trutnově 17.května 2013

Poul Zdeněk
Předseda klubu

Směrnice schválena výborem klubu dne 7.5.2013 a valnou hromadou klubu dne 16.5.2013

Poul Zdeněk
Předseda klubu