



**Směrnice
pro uplatnění vysílacích a
reklamních práv**

Článek I Základní ustanovení

1. Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv upravuje kompetence při pořizování televizních, rozhlasových a dalších audiovizuálních přenosů a záznamů a jejich další šíření prostřednictvím televizního, rozhlasového a internetového vysílání (dále jen vysílací práva) při utkáních, která spadají do působnosti České svazu házené (dále jen ČSH).
2. Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv upravuje vzájemné vztahy klubů a ČSH v oblasti využívání reklamních ploch a dalších reklamních produktů (dále jen reklamní práva), při utkáních, která spadají do působnosti ČSH.

Článek II Působnosti

1. V souladu se stanovami IHF jsou za oficiální utkání v působnosti IHF považovány Mistrovství světa a Olympijský turnaj. Vylučovací a kvalifikační utkání pro tyto šampionáty jsou považovány za jejich součást.
2. Dle reglementu EHF jsou za oficiální utkání v působnosti EHF považovány Mistrovství Evropy a evropské pohárové soutěže. Vylučovací a kvalifikační utkání pro tyto šampionáty jsou považovány za jejich součást.
3. V souladu s touto směrnicí jsou za oficiální utkání v působnosti ČSH považována:
 - a) veškerá utkání všech reprezentačních družstev České republiky v házené a plážové házené na území České republiky bez ohledu na pořadatele utkání s výjimkou článku II, odst. 1 a 2.
 - b) veškerá soutěžní a pohárová utkání v soutěžích řízených ČSH na území České republiky,
 - c) ostatní utkání, která se do působnosti ČSH dostala rozhodnutím orgánů IHF nebo EHF, úplatným nebo bezúplatným nabytím vysílacích nebo reklamních práv k těmto utkáním.

Článek III Vysílací práva

1. Uplatněním vysílacích práv se rozumí zejména:
 - a) sjednání televizního, rozhlasového nebo jiného audiovizuálního přímého přenosu či záznamu včetně jeho šíření prostřednictvím televizního, rozhlasového a internetového vysílání,
 - b) další využití audiovizuálního záznamu pro vlastní či obchodní účely,
 - c) prodej vysílacích práv televizním, rozhlasovým či internetovým společnostem
2. Právo uplatnit vysílací práva z utkání v působnosti ČSH má Exekutiva ČSH, která tuto pravomoc může delegovat na svůj odborný útvar. Exekutiva ČSH může vysílací práva předat úplatně nebo bezúplatně třetí osobě je-li to v zájmu ČSH, např. při současném prodeji reklamních práv.

3. V rámci uplatnění vysílacích práv má řídicí orgán soutěží právo změnit termín utkání dle článku II, odst. 3 písm. b, v případě, že to přenos z takového utkání vyžaduje. Kluby jsou v takovém případě povinny změnu termínu akceptovat a pořadatelský klub je povinen vytvořit podmínky nezbytné k realizaci přenosu.
4. Právo pořizovat videozáznamy z utkání dle článku II, odst. 3 písm. b pro interní instruktážní a metodické účely mají oba soupeři. Tyto videozáznamy nesmí být komerčně či jinak využity.

Článek IV

Reklamy ve sportovních halách

1. Při všech utkáních dle článku II, odst. 3 písm. b mohou být ve sportovních halách umístěny pevné reklamní panely nebo reklamní otočná zařízení ve dvou sledech o celkové délce 200 m a výšce 1 m takto:
 - a) 40m reklamních panelů se umístí podél autové čáry proti televizním kamerám,
 - b) 20m reklamních panelů se umístí podél brankové autové čáry a za brankou po levé straně proti televizním kamerám,
 - c) 20m reklamních panelů se umístí podél brankové autové čáry a za brankou po pravé straně proti televizním kamerám,
 - d) 10m reklamních panelů se umístí podél autové čáry směrem od rohu hřiště k prostoru střídání na levé straně odvrácené od televizních kamer,
 - e) 10m reklamních panelů se umístí podél autové čáry směrem od rohu hřiště k prostoru střídání na levé straně odvrácené od televizních kamer,Druhým sledem se rozumí identické umístění reklamních panelů nad reklamní panely dle písm. a až e. Dále pak je možné pro umístění reklamních panelů využít svislých nosných konstrukcí haly. Pro účely této směrnice se za svislou nosnou konstrukci nepovažuje jakékoli zařízení v prostoru pro diváky.
2. Při všech utkáních dle článku II, odst. 3 písm. b mohou být ve sportovních halách umístěny reklamní polepy:
 - a) 1 ks ve středu hrací plochy o poloměru max. 2,5m od středu hřiště,
 - b) 4 ks na každé polovině mezi středovou čarou a čarou volného hodu o max. velikosti 3m x 2m,
 - c) 2 ks uvnitř každého brankoviště o max. velikosti 3m x 2m
 - d) 1 ks uvnitř každé branky o max. velikosti 3m x 1m
3. Dále je možno umístit závěsné reklamní panely na ochranné síť za brankami.
4. Reklamy nesmí narušit řádné vyznačení hrací plochy dle pravidel házené s výjimkou článku VI, odst. 2 písm. a). Na reklamních plochách nesmí být používány fluoreskující barvy.
5. Právo prodávat výše uvedené reklamní plochy mají jednotlivé kluby s výjimkou ustanovení článku IV, odst. 6 a 7.
6. ČSH má právo na bezplatné umístění reklamních panelů o celkové maximální délce 12 m v prostorech vymezených v článku IV, odst. 1, písm. a, b, c, a to jak samostatně v jednom z uvedených prostorů nebo jako součet metrů v jednotlivých prostorech. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 1. která je součástí této směrnice.
7. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění dvou reklamních polepů, a to buď v jedné polovině hřiště, nebo po jednom polepu na každé polovině hřiště

v prostoru vymezeném v článku IV, odst. 2, písm. b. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 1, která je součástí této směrnice.

8. Exekutiva ČSH prostřednictvím odborného útvaru Exekutivy ČSH oznámí klubům, zda využije právo na umístění reklamních panelů a zároveň sdělí požadavky na jejich konkrétní umístění. V případě, že tak neučiní do 30. října má se za to, že rezervované plochy v aktuálním soutěžním ročníku nevyužije. V takovém případě je klub oprávněn tyto plochy využívat.

Článek V

Reklamy na sportovním oblečení

1. Při všech utkáních dle článku II, odst. 3 písm. b mohou být umístěny reklamní polepy, nášivky či obtisky (dále jen reklamní nášivky) na sportovním oblečení a dalším sportovním vybavení hráčů a funkcionářů klubů.
2. Za reklamní nášivku se nepovažuje označení výrobce sportovního oblečení, pokud toto není na každém jednotlivém kusu oblečení větší než 20 cm².
3. Všichni hráči družstva mohou mít na oblečení reklamy max. 8 firem nebo produktů. Umístění reklamních nášivek jejich velikost a barevné provedení musí být v rámci družstva stejné. Přiměřené odchylky jsou přípustné u sportovního oblečení brankářů.
4. Reklamou na dresech nesmí být ovlivněna čitelnost hracích čísel dle pravidel házené. Není povoleno používat fluoreskujících barev.
5. Oblasti pro umístění reklamy na sportovním oblečení jsou:
 - a) přední strana dresů o 600 cm², přičemž max. velikost jedné reklamní nášivky činí 25cm x 20cm
 - b) vrchní část zadní strany dresů o max. velikosti 400 cm² (nad číslem), přičemž max. velikost jedné reklamní nášivky činí 25cm x 20cm
 - c) spodní část zadní strany dresů o max. velikosti 400 cm² (pod číslem) přičemž max. velikost jedné reklamní nášivky činí 25cm x 20cm
 - d) vnější část levého rukávu o max. velikosti 100 cm²,
 - e) vnější část pravého rukávu o max. velikosti 100 cm²,
 - f) přední část levé nohavice o max. velikosti 80 cm²
 - g) přední část pravé nohavice o max. velikosti 80 cm²
 - h) zadní strana trenýrek.
6. Právo prodávat výše uvedené reklamní plochy mají jednotlivé kluby s výjimkou ustanovení článku V, odst. 7. a 8.
7. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění jedné reklamní nášivky v prostoru vymezeném v článku V, odst. 5, písm. d) a to pouze v pro generálního partnera ČSH. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 2. která je součástí této směrnice.
8. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění jedné reklamní nášivky v prostoru vymezeném v článku V, odst. 5, písm. f. Grafické vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 2. která je součástí této směrnice.

9. Reklama na oblečení rozhodčích a svazových funkcionářů je vyhrazena ČSH.
10. Exekutiva ČSH prostřednictvím odborné útvaru Exekutivy ČSH oznámí klubům, zda využije právo na umístění reklamních nášivek. V případě, že tak neučiní do 30. října (v případě článku V, odst. 5, písm. d do 31. července) rezervované plochy v aktuálním soutěžním ročníku nevyužije. V takovém případě, je klub oprávněn tyto plochy využít.

Článek VI Odpovědnost orgánů ČSH a klubů

1. Kontrolou ustanovení článek IV a článek V jsou pověřeny řídicí orgány soutěží ČSH.
2. Členské kluby ČSH odpovídají zato, že v každé smlouvě o přenosu či reklamě bude uvedeno, že smluvní strany se seznámily s touto směrnicí a zavazují se jejími ustanoveními řídit. Tato odpovědnost nesmí být postoupena na třetí osobu.
3. Každá smlouva o reklamě musí vedle ustanovení podle odst. 2 obsahovat ujednání, že v případě změn této směrnice nebo směrnice EHF či IHF, uvedou smluvní strany svou smlouvu o reklamě do 30 dnů od účinnosti takových změn s nimi do souladu.
4. Smlouvy o reklamě mezi členskými kluby ČSH a firmami či sponzory nesmí obsahovat oborovou exkluzivitu či jiná ustanovení, která by omezovala reklamní práva ČSH, zejména omezení v umístění, velikosti, a podobně.
5. Smlouvy o reklamě, které uzavřel klub v rozporu s touto směrnicí, jsou neplatné.

Článek VII Námitky a sankce

1. Kontrolou dodržování ustanovení této směrnice v jednotlivých utkáních je pověřen řídicí orgán soutěže. Zjistí – li řídicí orgán, porušení ustanovení této směrnice při konkrétním utkání, vyzve pořadatele ke zjednání nápravy.
2. Nevyhoví – li pořadatel výzvě řídicího orgánu ke zjednání nápravy, podá řídicí orgán podnět k zahájení disciplinárního řízení.
3. Každý klub má právo předložit námitky proti rozhodnutím řídicího orgánu ČSH ke sporným reklamním smlouvám jako spor k Exekutivě ČSH.
4. Námitky nemají odkladný účinek.
5. V případě porušení ustanovení této směrnice bude proti viníkovi zavedeno disciplinární řízení.

Článek VIII Závěrečná ustanovení

1. Obsah reklamních sdělení na reklamních panelech, polepech nebo nášivkách nesmí odporovat dobrým mravům ani mít politické, náboženské, rasistické nebo ideologické zaměření a také jinak být v rozporu se zákonnými ustanoveními.

Toto ustanovení se vztahuje nejen na všechna oficiální utkání spadající do působnosti ČSH, ale taktéž na všechna přátelská a turnajová utkání pořádaná kluby registrovanými v ČSH na území České republiky.

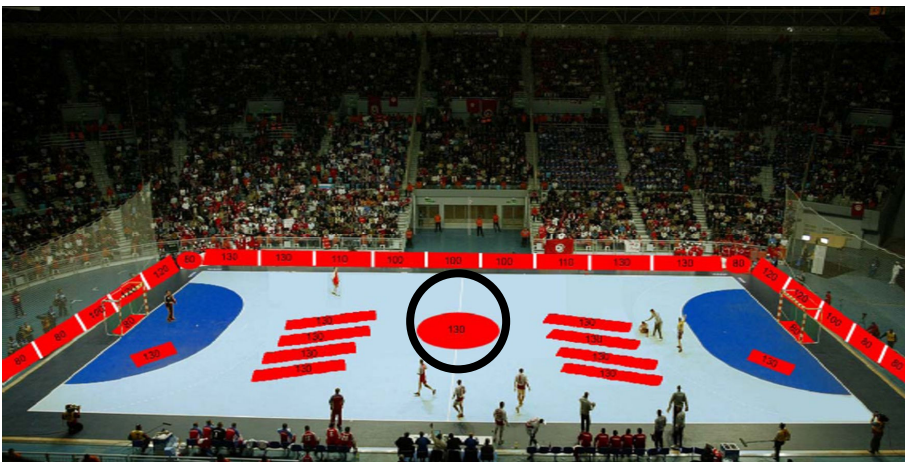
2. Jakékoliv oznámení, námítka či jinou komunikaci související s touto směrnicí je nutno vést písemně, a to buď prostřednictvím mailu s žádostí o potvrzení doručení, nebo doporučeného dopisu, a to výhradně na příslušnou oficiální adresu uvedenou v rozpisu soutěží pro příslušný soutěžní ročník.
3. Výklad Směrnice pro uplatnění vysílacích a reklamních práv provádí Exekutiva Českého svazu házené nebo její odborné útvary.
4. Tato Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv ruší a nahrazuje Směrnicí o uplatňování televizních a reklamních práv z dne 1. ledna 1997.
5. Směrnice o uplatňování vysílacích a reklamních práv byla schválena Radou ČSH dne 12. prosince 2009 a též den nabývá účinnosti.

Ing. Jaroslav Chvalný
prezident Českého svazu házené

Příloha č. 1

Grafické vyobrazení prostor dle článku IV. odst. 6 a 7.

a)



b)



c)



Příloha č. 2

Grafické vyobrazení prostor dle článku V, odst. 6 a 7.

