



# **Směrnice pro uplatnění vysílacích a reklamních práv v ČSH**

## 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.

## II. Působnosti

1. V souladu se stanovami IHF jsou za oficiální utkání v působnosti IHF považovány Mistrovství světa a Olympijský turnaj.
2. Dle reglementu EHF jsou za oficiální utkání v působnosti EHF považovány Mistrovství Evropy a evropské pohárové soutěže. Vylučovací a kvalifikační utkání pro Mistrovství Evropy a Mistrovství světa jsou také považovány za oficiální utkání v působnosti EHF.
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 zápasů odpovídajících článku II, odst. 1 a 2.
  - b) veškerá ligová 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.

## 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 vlastní videozáznam z utkání dle článku II, odst. 3 písm. b) pro interní účely-instruktážní a metodické- mají oba soupeři. Tyto videozáznamy nesmí být komerčně využity.

#### 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, reklamní otočná zařízení nebo elektronické LED panely ve dvou sledech o celkové délce nejvýše 200m 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 čáry a za brankou po levé straně proti televizním kamerám,
  - c) 20m reklamních panelů se umístí podél brankové 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,
  - f) ve druhém sledu, čímž se rozumí identické umístění reklamních panelů nad reklamní panely dle písm. a) až e) výše.
  - g) dále pak je možné pro umístění reklamních panelů využít svislých nosných konstrukcí haly. Pro účely této směrnice se za svislou 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. 2,5, od středu hřiště,
  - b) 3 ks na každé polovině mezi středovou čarou a čarou volného hodu o max. velikosti 5m x 1,5m,
  - c) 2 ks uvnitř každého brankoviště o max. velikosti 5m x 1,5m ,
  - d) 1 ks uvnitř každé branky o max. velikosti 3m x 1m
3. Dále je možno umístit závěsné reklamní panely na ochranné sítě za brankami a před stolek časoměřiče a zapisovatele.
4. Reklamy nesmí narušit vyznačení hrací plochy dle pravidel házené s výjimkou článku VI, odst. 2 písm. a). Na reklamních plochách nesmí být používány fluorescenční barvy.
5. Právo prodávat výše uvedené reklamní plochy mají pořadatelé utkání, tedy jednotlivé kluby s výjimkou ustanovení článku IV, odst. 6, 7 a 8.
6. ČSH má právo na bezplatné umístění reklamních panelů o celkové maximální délce 12m v prostorech vymezených v článku IV, odst. 1, písm. a), b) a c), a to jak samostatně v jednom z uvedených prostorů nebo jako součet metrů v jednotlivých prostorech.
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). Vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 1, která je součástí této směrnice.
8. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění reklamního panelu / banneru, který bude kryt stolek časoměřiče a zapisovatele v prostoru vymezeném v článku IV, odst. 3. Vyobrazení umístění reklamy je uvedeno v příloze č. 1, která je součástí této směrnice.
9. 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 31. srpna, má se za to, že rezervované plochy v aktuálním soutěžním ročníku nevyužije. V takovém případě je klub oprávněn tyto plochy využívat.

## **V. Reklamy na sportovním oblečení**

1. Při všech utkáních dle článku II, odst. 2 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 30 cm<sup>2</sup>
3. Každý hráč družstva může 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 házení. Není povoleno používat fluorescenční barvy.
5. Právo prodávat výše reklamní plochy na sportovním oblečení mají jednotlivé kluby s výjimkou ustanovení článku V, odst. 6. a 7.
6. ČSH má právo na bezplatné umístění reklamy v prostoru na levém rukávu dresu o velikosti nejvýše 15 x 15 cm. Vyobrazení umístění reklamy je uvedeno v příloze č. 2, která je součástí této směrnice.
7. ČSH má zároveň právo na bezplatné umístění jedné reklamní nášivky v prostoru na přední části levé nohavice o max. velikosti 100 cm<sup>2</sup>. Vyobrazení umístění reklam je uvedeno v příloze č. 2, která je součástí této směrnice.
8. Reklama na oblečení rozhodčích a svazových funkcionářů je vyhrazena ČSH.
9. Exekutiva ČSH prostřednictvím odborného útvaru Exekutivy ČSH oznámí klubům, zda využije právo na umístění reklamy na oblečení hráčů. Pokud ČSH využije právo na umístění reklamy na rukávu nebo nohavici, nesmí být na daném rukávu resp. na dané nohavici umístěna žádná jiná reklama. V případě, že ČSH neoznámí požadavek na umístění reklamy do 31. července, má se za to, že ČSH tyto reklamní plochy v aktuálním soutěžním ročníku nevyužije. V takovém případě je klub oprávněn tyto plochy využít.

## **VI. Odpovědnost orgánů ČSH a klubů**

1. Kontrolou ustanovení článku IV a článku V jsou pověřeny řídicí orgány soutěží ČSH.
2. Členské kluby ČSH odpovídají za to, 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.

## **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 proti klubu.

3. Každý klub má právo předložit námitky proti rozhodnutím řídicího orgánu ČSH ke sporným reklamním smlouvám Exekutivě ČSH.
4. Námitky nemají odkladný účinek.
5. Při porušení ustanovení této směrnice bude proti viníkovi zahájeno disciplinární řízení.

### **VIII. Závěrečná ustanovení**

1. Obsah sdělení na reklamních panelech, polepech nebo nášivkách nesmí odporovat dobrým mravům ani mít politické, náboženské, rasistické nebo ideologické zaměření ani 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, námitky či jinou komunikaci související s touto směrnicí je nutno vést písemně, a to buď mailem s žádostí o potvrzení doručení, nebo doporučeným dopisem, 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 nabývá platnosti a účinnosti dnem 1. 7. 2018 a nahrazuje Směrnici o uplatňování televizních a reklamních práv ze dne 12. prosince 2009.

Radek Bendl  
prezident Českého svazu házené

Příloha č. 1

Vyobrazení reklamních prostor v hale dle článku IV.



Příloha č. 2

Vyobrazení reklamních prostor na oblečení hráčů dle článku V.

