



Pravilnik NZZ o medijskih in sponzorskih pravicah v zvezi z nogometnimi dogodki

Izvršni odbor NZS (v nadaljevanju: IO NZS) je v skladu z 22. členom Statuta NZS in na podlagi 73. člena Tekmovalnega pravilnika NZS na seji dne 2.11.2009 sprejel

PRAVILNIK NZS O MEDIJSKIH IN SPONZORSKIH PRAVICAH V ZVEZI Z NOGOMETNIMI DOGODKI

1. člen

Ta pravilnik ureja pravice in obveznosti nogometnih klubov, organizatorja tekmovanj pod okriljem NZS v zvezi z medijskim pokrivanjem nogometnih dogodkov, še zlasti s televizijskim in drugimi oblikami snemanja in prenosov nogometnih dogodkov, kot so liga in pokalno tekmovanje, ter s centraliziranim trženjem medijskih in sponzorskih pravic.

S ciljem povečanja priljubljenosti nogometa v Sloveniji in optimizacije trženja nogometnih dogodkov je namen tega pravilnika zagotoviti ustrezna pravila centraliziranega trženja nogometnih dogodkov, enakopravno prerazdelitev sredstev iz tega naslova med nogometne klube in opredelitev pogojev za medijsko pokrivanje nogometnih dogodkov.

2. člen

Organizator tekmovanja lahko sprejme sklep o centraliziranem trženju medijskih in sponzorskih pravic. Centralizirano trženje pomeni, da se medijske pravice za posamezno tekmovanje lahko tržijo le za celotno tekmovanje skupaj in da posamezni klubi, ki nastopajo v teh tekmovanjih, ne morejo samostojno tržiti medijskih pravic. Kot medijske pravice se pri tem razumejo TV pravice, pravice za predvajanje vsebin v novih medijih (internet, mobilna telefonija) in radijske pravice.

Centralizirano trženje, opredeljeno v sklepu iz prejšnjega odstavka, pomeni trženje generalnega pokrovitelja tekmovanja ali poola pokroviteljev ter s tem povezano morebitno vključitev imena generalnega pokrovitelja v uradno ime in celostno podobo tekmovanja ter trženje skupnih oglasnih površin, ki jih pokrovitelji tekmovanja pridobijo na vseh tekmah.

V sklepu je lahko določen izbor uradne žoge tekmovanja, s katero se izključno lahko igrajo tekme v okviru posameznega tekmovanja.

Pred sprejemom sklepa mora s predlogom sklepa soglašati večina nogometnih klubov v tekmovanju, na katerega se sklep nanaša. Nogometni klubi, ki se prijavijo za nastopanje v posameznem tekmovanju, so dolžni te sklepe spoštovati.

3. člen

S sklepom se uredijo zlasti:

- postopek in pogoji akreditacije produkcijske oziroma snemalne ekipe ter njenega nemotenega dostopa do snemalnih površin;
- načini nudenja podpore tehničnemu osebju snemalne ekipe;
- opredelitev ustreznih površin za tehnična vozila, snemalne naprave in drugo opremo;
- opredelitev primernega komentatorskega mesta;
- določitev kontaktne osebe za koordinacijo z vodjo televizijske produkcijske ekipe;
- zagotavljanje izključnosti medijskih pravic, če je predvidena, predvsem z onemogočanjem snemanja in prenosa nogometnega dogodka tretjim osebam brez medijskih pravic.

4. člen

S sklepom se lahko opredelijo tudi obveznosti v zvezi s sponzorstvom tekmovanja, še posebej dolžnost:

- konsistentne in pravilne uporabe uradnega imena in uradnega logotipa in morebitnih drugih obeležij tekmovanja ali nogometnega dogodka;
- postavitve oglasnih panojev ob igrišču;
- uporabe ustreznega scenskega ozadja za različne namene, kot so snemanje intervjujev ob igrišču in med novinarsko konferenco po tekmi;
- namestitve našitkov na igralni opremi;
- zagotovitve VIP in vstopnic 1. kategorije;
- predvajanja oglasnih sporočil prek ozvočenja in/ali video prikazovalnika.

Pogodba med pridobitelji medijskih in sponzorskih pravic in organizatorjem tekmovanja podrobneje ureja medsebojne pravice in obveznosti.

5. člen

Sklep vsebuje tudi formulo glede prerazporeditve sredstev v zvezi z medijskimi in sponzorskimi pravicami med upravičence.

6. člen

V primeru kršitve sklepa lahko organizator tekmovanja sproži ustrezne sankcije, ki jih predvidi s sklepom, po postopku, ki ga določa sklep.

Kršitev pogodbenih obveznosti se ureja v skladu s pravili civilnega prava.

7. člen

Ta pravilnik je bil sprejet na seji IO NZS, dne 2.11. 2009, in začne veljati z dnem sprejema.

Ljubljana, 2.11. 2009

Predsednik NZS:
mag. Ivan Simič l.r.