



## **Pravilnik NFS o komercialnih pravicah v zvezi z nogometnimi dogodki**

**V1.0; 3. 6. 2021**

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 3. 6. 2021 sprejel

## **PRAVILNIK NZS O KOMERCIALNIH PRAVICAH V ZVEZI Z NOGOMETNIMI DOGODKI**

### **1. člen (uvodne določbe)**

- (1) Ta pravilnik ureja pravice, obveznosti in odgovornosti nogometnih klubov ter organizatorja tekmovanj 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, sponzorskih in drugih komercialnih pravic, ki izhajajo iz nogometnih dogodkov pod okriljem NZS.
- (2) Pri trženju komercialnih pravic je dolžnost NZS, da v tržno usmerjenem okolju zasleduje svoje strateške cilje za razvoj in širjenje nogometa, s čimer zagotavlja stabilen položaj nogometa kot celote. Finančne priložnosti, ki izhajajo iz primernega trženja, se obenem uporabljajo za zagotavljanje dolgoročnega obstoja in ustvarjanje novih možnosti za razvoj nogometa v Sloveniji.

### **2. člen (opredelitev pojmov)**

- (1) V tem pravilniku uporabljeni izrazi imajo naslednji pomen:
  - (a) FIFA: Fédération Internationale de Football Association.
  - (b) UEFA: Union des Associations Européennes de Football.
  - (c) NZS: Nogometna zveza Slovenije.
  - (d) RS: Republika Slovenija.
  - (e) MNZ: Medobčinska nogometna zveza.
  - (f) CAS: Športno arbitražno razsodišče v Lausanni, Švica (Court for Arbitration for Sport).
  - (g) Nogometni klub: pravna oseba, ki je ustanovljena v skladu s predpisi, ki veljajo v RS, ima sedež v RS, je vpisana v register klubov NZS, je član tiste MNZ, na območju katere ima sedež in ima najmanj eno nogometno ekipo v uradnem tekmovanju NZS.
  - (h) Tekmovanja NZS: tekmovanja v organizaciji NZS oziroma tekmovanja na državni ravni.
  - (i) Komercialne pravice: vse komercialne pravice v zvezi s tekmovanjem in tekmami posameznega tekmovanja, vključno z medijskimi pravicami, sponzorskimi pravicami, pravicami intelektualne lastnine, pravicami do uporabe podatkov in drugimi pravicami.

- (j) Pravice do uporabe podatkov: pravica do zbiranja ter uporabe statistike in drugih podatkov povezanih s tekmovanjem.
  - (k) Medijske pravice: TV pravice, pravice za predvajanje vsebin v novih medijih (internet, mobilna telefonija) in radijske pravice.
  - (l) Centralizirano trženje medijskih pravic: medijske pravice za posamezno tekmovanje se lahko tržijo le za celotno tekmovanje skupaj; posamezni klubi, ki nastopajo v tem tekmovanju, ne morejo samostojno tržiti medijskih pravic.
  - (m) Sponzorske pravice: imenske in licenčne pravice, oglaševalske pravice, hospitality, trženjsko-komunikacijske pravice, promocijske in druge pravice na dogodkih ter druge komercialne pravice, ki niso medijske pravice ali pravice do uporabe podatkov.
  - (n) Centralizirano trženje sponzorskih pravic: trženje generalnega sponzorja tekmovanja in skupine sponzorjev ter morebitnega imena generalnega sponzorja v uradnem imenu in celostni podobi tekmovanja ter trženje skupnih oglasnih površin, ki jih sponzorji tekmovanja pridobijo na vseh tekmah.
  - (o) Nekomercialni nameni: dejavnosti brez kakršnekoli neposredne ali posredne povezave s tretjo osebo, potrebne za to da klub oglašuje svoje tekme in interno arhiviranje, a brez komercialnih pravic in vseh drugih dejavnosti, ki jih NZS obravnava kot komercialne.
  - (p) Partner: vsaka stranka, ki jo sprejme NZS, s katero je sklenjena pogodba za izkoriščanje komercialnih pravic in ki s tem neposredno ali posredno sodeluje pri financiranju tekmovanja.
  - (q) Oglaševanje: kakršna koli označba, sporočilo, logotip, ime ali emblem.
- (2) Opredelitev fizičnih oseb v tem pravilniku je nevtralna in se nanaša na pripadnike obeh spolov. Vsak izraz v ednini se lahko uporabi tudi v množini in obratno.

### 3. člen

#### (komercialne pravice iz tekmovanj NZS)

- (1) NZS je izključna lastnica komercialnih pravic tekmovanj v organizaciji NZS in je izključno upravičena do izkoriščanja, zadržanja in razdelitve vseh prihodkov, ki izhajajo iz izkoriščanja komercialnih pravic tekmovanja.
- (2) Organizator tekmovanja, klubi in partnerji imajo dolžnost izkoriščati komercialne pravice pod pogoji in v okviru veljavne zakonodaje, predpisov FIFA, UEFA in NZS ter morebitnih medsebojnih dogovorov.
- (3) Nogometni klubi in organizator tekmovanja so dolžni sodelovati pri sprejemanju pravnih in drugih ukrepov z namenom preprečitve nepooblaščenega izkoriščanja in za zaščito komercialnih pravic iz tekmovanj NZS.

4. člen  
(medijske pravice)

- (1) NZS centralizirano trži vse medijske pravice v zvezi s tekmovanji NZS. Posamezni klubi, ki nastopajo v tem tekmovanju, ne morejo samostojno tržiti medijskih pravic. Klubi so dolžni zagotavljati izključnost medijskih pravic, predvsem z onemogočanjem snemanja in prenosa nogometnih tekem v tekmovanjih NZS tretjim osebam brez ustreznih pravic.
- (2) NZS pred določitvijo prodajnega ciklusa posameznega tekmovanja pridobi soglasje klubov za centralizirano trženje medijskih pravic. Šteje se, da klubi soglašajo z načinom trženja, če soglasje poda večina klubov, ki sodelujejo v tekmovanju v času določitve novega prodajnega ciklusa. Pridobljeno soglasje klubov velja za celotno prodajno obdobje. Šteje se, da klubi, ki vstopajo v tekmovanje v času trajanja posameznega prodajnega ciklusa, s prijavo v tekmovanje soglašajo s sprejetim načinom trženja medijskih pravic.
- (3) Z namenom zagotavljanja visokega standarda medijske pokritosti za vse tekme, lahko NZS zahteva od klubov, da lastniku TV pravic omogoči minimalno število položajev kamer, ki jim morajo biti na voljo. Klubi morajo zagotoviti vse zahtevane položaje kamer, razen če ti predstavljajo kakršno koli varnostno tveganje. NZS lahko glede na razpoložljivost prostora in varnostne okoliščine odobri ustrezne položaje kamer za vsak primer posebej, ob posvetovanju z imetniki pravic in udeleženi klubi.
- (4) NZS ima izključno pristojnost, da v dogovoru s kupcem medijskih pravic določi termine tekem. Klubi so dolžni spoštovati termine, ki jih določi vodstvo tekmovanja.
- (5) Klubi lahko izkoriščajo določene medijske pravice na podlagi smernic, ki jih sprejme NZS in so za klube zavezujoče. V okviru smernic so klubi upravičeni do (i) uporabe posnetkov lastnih tekem pod pogoji, kot jih določi NZS, ali (ii) v izjemnih okoliščinah snemanje lastnih tekem (z največ eno kamero in po predhodni pisni odobritvi NZS ter pod pogoji, ki jih določi NZS) za lastne nekomercialne namene, kot so npr. treningi.

5. člen  
(sponzorske pravice)

- (1) NZS centralizirano trži sponzorske pravice vseh tekmovanj NZS, razen če ta pravilnik, predpisi ali sklepi NZS, ki se nanašajo na posamezna tekmovanja, določajo drugače.
- (2) NZS delno centralizirano trži sponzorske pravice tekmovanja 1. SNL, kar pomeni, da je polovica razpoložljivih oglasnih površin na posamezni tekmi po principu individualnega trženja v pristojnosti vsakega posameznega kluba domačina.

- (3) NZS delno centralizirano trži sponzorske pravice tekmovanja Pokal Slovenije, in sicer:
- a. polovica razpoložljivih oglasnih površin na posamezni tekmi, na kateri se uporabljajo statične oglasne površine, je po principu individualnega trženja v pristojnosti kluba domačina;
  - b. v primeru televizijskega prenosa in uporabe LED oglasnih površin imata klub domačin in gostujoči klub pristojnost individualnega trženja polovice razpoložljivih oglasnih površin, in sicer oba v enakem deležu.
- (4) NZS lahko sprejme sklep o delno centraliziranem trženju sponzorskih pravic drugih tekmovanj v skladu s pogoji vsakokratnega prodajnega ciklusa. NZS s sklepom določi delež oglasnih površin, katerih trženje je v pristojnosti posameznega kluba domačina.
- (5) NZS pred določitvijo prodajnega ciklusa posameznega tekmovanja pridobi soglasje klubov za delno centralizirano trženje sponzorskih pravic. Šteje se, da klubi soglašajo z načinom trženja, če soglasje poda večina klubov, ki sodelujejo v tekmovanju v času določitve novega prodajnega ciklusa. Pridobljeno soglasje klubov velja za celotno prodajno obdobje. Šteje se, da klubi, ki vstopajo v tekmovanje v času trajanja posameznega prodajnega ciklusa, s prijavo v tekmovanje soglašajo s sprejetim načinom trženja sponzorskih pravic.

## 6. člen

### (pravice intelektualne lastnine)

- (1) NZS je izključna lastnica vseh pravic intelektualne lastnine, ki izhaja iz tekmovanj NZS, vključno z vsemi trenutnimi in bodočimi pravicami v povezavi z vsemi vrstami avdio in video gradiv tekmovanja, imeni, logotipi, vizualnimi podobami, blagovnimi znamkami, glasbo, maskotami, medaljami, plaketami, spominskimi izdelki, trofejami in drugimi ključnimi elementi avtorskih zasnov v povezavi s tekmovanjem.
- (2) Kakršnakoli uporaba prej omenjenih pravic, kakršnokoli posnemanje in/ali variacija le-teh in vsa ostala navezovanja na tekmovanje, zahtevajo predhodno pisno odobritev NZS in upoštevanje vseh pogojev, ki jih postavi NZS.
- (3) Klubi, ki sodelujejo v tekmovanju, s prijavo v posamezno tekmovanje podelijo NZS pravico do uporabe in pooblastitve drugih oseb za uporabo fotografskega, avdio-vizualnega in vizualnega gradiva ekipe, igralcev in predstavnikov kluba (vključno z njihovimi imeni, ustreznimi statistikami, podatki in slikami), pa tudi imena kluba, logotipa, emblema, podobe stadiona in dresa, brezplačno in teritorialno neomejeno za celotno trajanje kakršnih koli pravic za (i) nekomercialne, promocijske in/ali uredniške namene in/ali (ii) kakor to upravičeno določi NZS. NZS ne bo vzpostavila neposredne povezave med posameznimi igralci ali klubi in katerim koli partnerjem.
- (4) Na zahtevo morajo klubi NZS brezplačno predložiti vso ustrezno gradivo, ki je potrebno za uporabo in izkoriščanje pravic s strani NZS v skladu s tem členom.

7. člen

(uradni logotip, naziv tekmovanja in uradna žoga)

- (1) NZS lahko določi uradni logotip in naziv tekmovanja, ki se uporablja v pisni komunikaciji (na dopisih), digitalni komunikaciji (na spletu) ter oglaševanju (plakati, letaki). V vseh komunikacijah se uporablja celoten naziv tekmovanja in uradna celostna grafična podoba z vsemi sestavnimi deli. Uporaba logotipa tekmovanja na različnih elementih in aplikacijah mora biti predhodno usklajena in potrjena s strani NZS.
- (2) Dolžnost klubov je, da poskrbijo za konsistentno in pravilno uporabo uradnega imena in uradnega logotipa ter morebitnih drugih obeležij tekmovanja ali nogometnega dogodka.
- (3) Uradni naziv tekmovanja se praviloma uporablja:
  - (a) na vseh uradnih tiskovinah, oglasih in promocijskih gradivih, ki jih klub pripravlja za tekmovanje;
  - (b) v obliki našitka na levih rokavih dresov vseh igralcev in vseh sodnikov, ki nastopajo v tekmovanju;
  - (c) na sodniški tabli in semaforju (v primeru, da klub ima semafor; v primeru, da na semaforju ni mogoče uporabljati grafičnih elementov tekmovanja, lahko to klub uredi s transparentom ob semaforju);
  - (d) na vstopnicah vseh tekem v tekmovanju;
  - (e) na spletnih straneh klubov, kjer so vsebine povezane s tekmovanjem;
  - (f) v zvočnih in tekstovnih sporočilih o tekmovanju;
  - (g) na nalepkah na klopeh za rezervne igralce.
- (4) NZS lahko sprejme sklep o določitvi uradne žoge tekmovanja, s katero se igrajo tekme v okviru posameznega tekmovanja.

8. člen

(pravice in obveznosti v zvezi s podatki)

- (1) NZS lahko izkorišča podatke v zvezi s tekmovanjem, vključno z vsemi tekmami, in za to pooblasti tretje osebe.
- (2) Klubi lahko zbirajo podatke, ki se nanašajo na njihove tekme v tekmovanju, uporabljajo take podatke in vse druge podatke, povezane s tekmovanjem, za svoje interne potrebe in jih objavijo na svojih uradnih klubskih platformah. Klubi ne smejo izkoriščati nobenih pravic v zvezi s podatki.

- (3) Vse pravice glede koledarja tekmovanja in terminov tekem ter vsi podatki in statistike (vključno s podatkovnimi bazami, kjer so ti podatki shranjeni) v povezavi s tekmami in sodelovanjem igralcev na tekmovanju so zgolj in izključno v lasti NZS.
- (4) Nihče ne sme uporabiti vstopnice ali akreditacije, da pridobi dostop do prizorišča z namenom zbiranja takšnih podatkov. Takšne dejavnosti so izrecno prepovedane. Prepoved ne velja za sodelujoče klube, pod pogojem da so vsi tako zbrani podatki uporabljeni le za namene dajanja navodil svoji ekipi, igralcem in uradnikom ter izrecno izključujejo kakršnokoli drugo zlorabo ali uporabo.

#### 9. člen

(standardi za posamezna tekmovanja)

- (1) NZS lahko sprejme podrobnejše standarde, navodila in zahteve v povezavi z izvrševanjem komercialnih pravic iz posameznih tekmovanjih NZS.
- (2) Z navodili se določijo zlasti, vendar ne izključno:
  - (a) postopek in pogoji akreditacije produkcijske oziroma snemalne ekipe ter njenega nemotenega dostopa do snemalnih površin;
  - (b) določitev kontaktne osebe za koordinacijo z vodjo televizijske produkcijske ekipe;
  - (c) zahteve za zagotavljanje ustrezne tehnične infrastrukture in storitev za potrebe televizijskega in spletnih prenosov ter medijskih aktivnosti;
  - (d) pogoji za zagotavljanje nemotene pripravo televizijske ekipe na prenos tekme ter načini nudenja podpore tehničnemu osebju snemalne ekipe;
  - (e) opredelitev primernega komentatorskega mesta ter morebitnih mest za tehnično osebje, ki omogoča nemoten prenos tekme;
  - (f) opredelitev ustreznih površin za tehnična vozila, snemalne naprave in drugo opremo;
  - (g) opredelitev pravil znamčenja na tekmi, načini postavitve in uporabe oglasnih panojev ob igrišču, načini in pogoji za predvajanje morebitnih LED animacij ter načini uporabe ustreznega scenskega ozadja za različne namene snemanja intervjujev ob igrišču ter med novinarsko konferenco po tekmi;
  - (h) dovoljeni načini oglaševanja na športni opremi;
  - (i) predvajanja oglasnih sporočil prek ozvočenja in/ali video prikazovalnika.

#### 10. člen

(pravice in dolžnosti partnerjev)

- (1) Partnerji tekmovanj uživajo izključno pravico do komercialnega izkoriščanja tekmovanja in izvajanja komercialnih promocij, povezanih s tekmovanjem. Vsa imena, izraze, simbole (vključno s trofejo), logotipe in maskote ali druga umetniška, grafična in glasbena dela, povezana s tekmovanjem, lahko partnerji uporabljajo samo v povezavi s svojimi komercialnimi pravicami ter po predhodni odobritvi NZS.

- (2) Medsebojne pravice in obveznosti med pridobitelji medijskih in sponzorskih pravic ter organizatorjem tekmovanja se podrobneje uredijo s pogodbo.
- (3) Partnerji oziroma sponzorji posameznega kluba ne smejo delovati na način, da se vzpostavi povezava s tekmovanjem, njenimi znamkami in/ali njeno vizualno identiteto, bodisi preko trženjskih aktivnosti ali na drug način.
- (4) Klubi so zavezani, da NZS zagotavljajo optimalno podporo pri uveljavljanju komercialnih pravic in se vzdržijo kakršnih koli dejanj, ki bi posegala v pravice partnerjev iz tega člena.

#### 11. člen

(delitev sredstev iz naslova trženja medijskih in sponzorskih pravic)

- (1) Sredstva, pridobljena iz naslova trženja medijskih in sponzorskih pravic se, upoštevajoč stroške, delijo med klube, ki sodelujejo v tekmovanju, razen če ta pravilnik, predpisi ali sklepi NZS, ki se nanašajo na posamezna tekmovanja, določajo drugače.
- (2) Sredstva, pridobljena na podlagi centraliziranega trženja medijskih in sponzorskih pravic 1. SNL se delijo med klube upravičence praviloma na naslednji način:
  - a. 50 % sredstev se razdeli med klube v enakih deležih, in sicer najkasneje do konca jesenskega dela sezone;
  - b. 50 % sredstev se razdeli med klube na osnovi osvojenih točk v tekočem tekmovalnem letu in sicer najkasneje pred pričetkom nove tekmovalne sezone.NZS lahko s soglasjem večine klubov, ki sodelujejo v tekmovanju, pred pričetkom posamezne tekmovalne sezone sprejme sklep o drugačni razdelitvi.
- (3) Sredstva, pridobljena na podlagi centraliziranega trženja medijskih in sponzorskih pravic Pokala Slovenije se delijo med kluba finalista, in sicer zmagovalec prejme 80 % sredstev, poraženec pa 20 % sredstev, ki se delijo. NZS lahko, glede na višino sredstev, ki se deli, sprejme sklep o razdelitvi sredstev med kluba finalista v drugačnem razmerju oziroma deli sredstva tudi drugim klubom, ki sodelujejo v tekmovanju.
- (4) Sredstva, pridobljena na podlagi centraliziranega trženja medijskih in sponzorskih pravic drugih tekmovanj se med klube upravičence delijo v enakih deležih, razen če predpisi in sklepi NZS, ki se nanašajo na posamezna tekmovanja, ne določajo drugače.



12. člen

(spoštovanje predpisov in odgovornost za kršitve)

- (1) Nogometni klubi, ki se prijavijo za nastopanje v posameznem tekmovanju, se zavežejo k spoštovanju določb tega pravilnika ter drugih predpisov in sklepov pristojnih organov NZS.
- (2) Nogometni klubi so za kršitve določil tega pravilnika in sklepov NZS disciplinsko odgovorni, v primeru škode pa se ugotavlja odškodninska odgovornost po pravilih Obligacijskega zakonika.

13. člen

(prehodne in končne določbe)

- (1) Ta pravilnik je sprejet na seji Izvršnega odbora NZS dne 3. 6. 2021 in začne veljati s 1. 7. 2021.
- (2) Z dnem uveljavitve tega pravilnika preneha veljati Pravilnik o medijskih in sponzorskih pravicah na nogometnih dogodkih z dne 2. 11. 2009.
- (3) Z dnem uveljavitve tega pravilnika prenehata veljati točki 4.5. in 4.6.1. Sklepov za tekmovanja v organizaciji NZS v članski kategoriji z dne 29. 6. 2020.

Brdo pri Kranju, 3. 6. 2021

**Nogometna zveza Slovenije**  
**Radenko Mijatović l.r.**  
Predsednik NZS