

# Sponzoring, společenská odpovědnost a český sport

Libor Varhaník




předseda Českého atletického svazu

# Český atletický svaz

Máme bohatou historii....



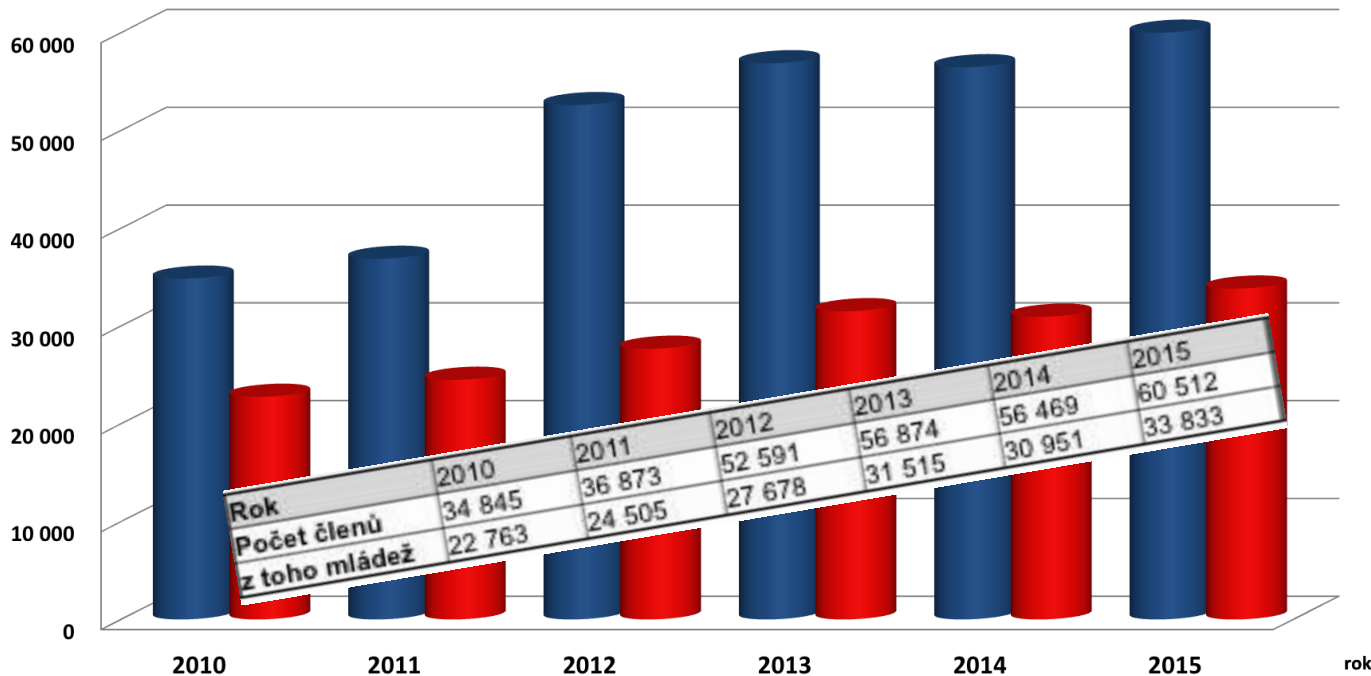
# Český atletický svaz

-  Členská základna přesahující 60 000 členů.
-  Více než padesátiprocentní podíl mládeže.
-  Výrazná rostoucí tendence.


# Český atletický svaz

Vývoj členské základny za období 2010 - 2015  
podle počtu registrovaných členů

osob





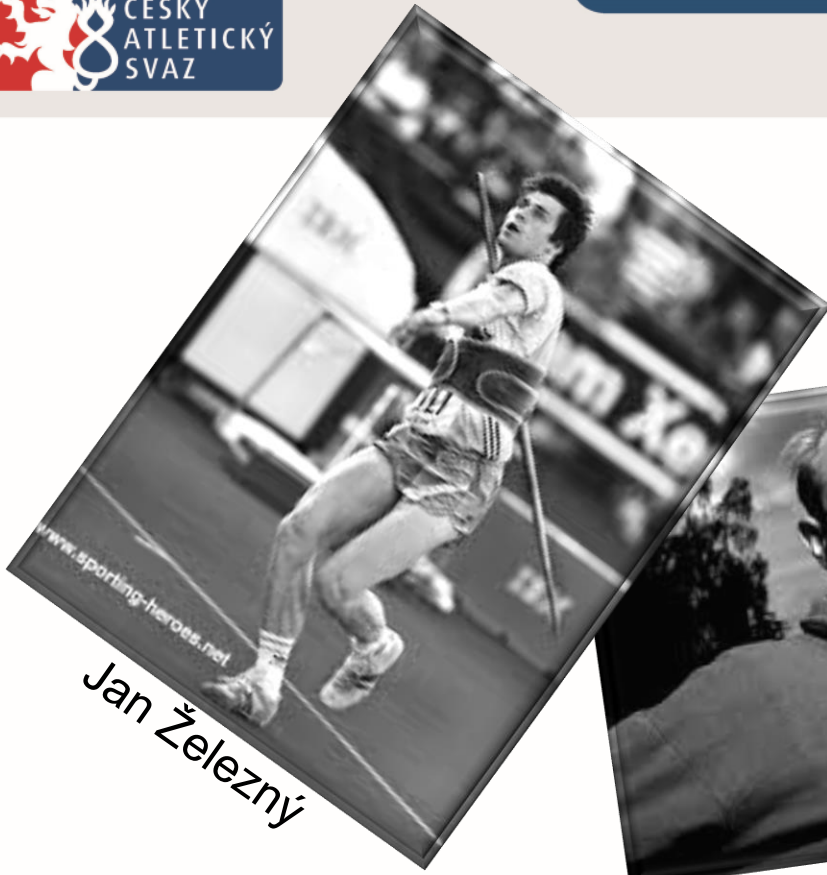
 Český atletický svaz dále koordinuje běžecké aktivity v celkovém objemu více než 1200 oficiálních běžeckých závodů, kterých se organizovaně účastní přes 100 000 českých rekreačních, tedy v majoritní většině neregistrovaných běžců.



Atletika je jedním z nejglobálnějších sportů



Jsme součástí Mezinárodní asociace atletických federací, která sdružuje 215 národních atletických svazů..



Jan Železný



Emil Zátopek



Jarmila Kratochvílová

Rok 2015 byl pro českou atletiku výjimečným, naši atleti získali medaile na všech světových i evropských šampionátech, a to ve všech kategoriích.







Zuzana Hejnová

mistryně světa  
400 m př.

PRAHA 2015

EUROPEAN ATHLETICS  
INDOOR  
CHAMPIONSHIPS

Jakub Holuša  
halový mistr Evropy  
800 m



Pavel Maslák  
halový mistr Evropy  
400 m



Radek Juška  
halový vicemistr Evropy  
skok do dálky



PRAHA 2015

EUROPEAN ATHLETICS  
INDOOR  
CHAMPIONSHIPS

D. Němeček, P. Šorm  
J. Tesař, P. Maslák  
3. místo 4x400 m



Eliška Klučinová  
3. místo  
pětiboj



Ladislav Prášil  
3. místo  
vrh koulí





Anežka Drahotová  
vicemistryně Evropy  
20 km chůze



Radek Juška  
vicemistr Evropy  
skok do dálky

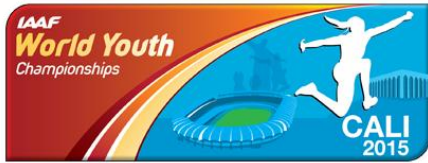


J. Jirka, M. Desenský,  
Z. Stromšík, M. Kadlec  
2. místo 4x100 m



Jan Jirka  
3. místo  
200 m





Jan Jirka  
mistr Evropy  
desetiboj



Michaela Hrubá  
mistryně světa  
skok do výšky



Lada Pejchalová  
3. místo  
skok do výšky





Anna Kerbachová  
2. místo  
200 m



Matěj Krsek  
2. místo  
200 m






Amálie Švábíková  
3. místo  
skok o tyči





# Atletické oddíly a kluby

-  Těžiště práce Českého atletického svazu – aktivity atletických oddílů a klubů
-  Základním atributem budoucích mezinárodních úspěchů je efektivní a obsáhlá práce s mládeží.
-  Atletika učí základním pohybovým dovednostem, běhat, skákat a házet. Český atletický svaz pracuje s přesahem ke všem dětem, ne jen těm pohybově nadaným.





# Atletické oddíly a kluby








**ATLETIKA PRO DĚTI**  
BĚHEJ, SKÁKEJ, HÁZEJ RÁD...!  
atletem se můžeš stát.




# Co je sponzoring?

-  Sponzoring je podpora určité aktivity formou finančního příspěvku nebo nefinančního – obvykle věcného – plnění.
-  Sponzoring je nejčastěji spojován s podporou neziskových, zhusta veřejně prospěšných aktivit.

# Sponzoring - charakter

-  Sponzoring je svébytnou formou prezentace toho, kdo sponzoruje - sponzora.
-  Sponzor neposkytuje dar v obvyklém slova smyslu, ale není ani zadavatelem reklamy.
-  Sponzoringem se prolínají dva cíle, které jsou společným zájmem obou zainteresovaných stran – sponzora a sponzorovaného. Jde o zajištění finančních zdrojů pro sponzorovanou aktivitu a jejím prostřednictvím pak o zviditelnění sponzora, jeho dobrého jména a posilování známosti značky ve společnosti (marketingový aspekt sponzoringu).

# Sponzoring vs. ostatní formy podpory

-  Reklama – propagace zboží, výrobků či služeb za protiplnění, nejčastěji peněžní
-  Darování – poskytnutí peněz či jiného majetkového plnění dárce obdarovanému bez protiplnění ze strany obdarovaného
-  Mecenášství – finanční či jiná podpora prospěšných aktivit bez důrazu na marketingový přínos pro mecenáše.

# Sponzoring – právní rámec v ČR





V ČR je sponzoring upraven pouze v zákoně o rozhlasovém a televizním vysílání, a to pouze pro účely sponzorování televizních a rozhlasových pořadů.



V ostatních oblastech je proto sponzoring zaměňován s jinými druhy podpory, aniž by byl zohledněn jeho specifický charakter. V oblasti sportu se absence úpravy sponzoringu projevuje nejvýrazněji, neboť sport je ideálním polem pro sponzoring.

# Sponzoring – právní rámec v ČR

-  Absence samostatné úpravy sponzoringu znamená pro tuto formu podpory výraznou diskvalifikaci ve srovnání s jinými způsoby financování prospěšných aktivit – tedy i sportu.
-  V daňové oblasti jde pak o diskvalifikaci absolutní, kdy kombinace pravidel pro nepříznivé posuzování daňové účinnosti výdajů u potencionálního sponzora a tvrdých pravidel pro zdaňování nestátních neziskových organizací v konečném důsledku odrazuje od sponzoringu podstatnou část podnikatelských subjektů.

# Sponzoring – právní rámec v ČR



České právní předpisy zcela ignorují ekonomickou podstatu sponzoringu. Pokud sponzor rezignuje na zohlednění této podstaty ve smlouvě se sponzorovaným, je považován za dárce a daňově pak svůj příspěvek sponzorovanému může uplatnit pouze v případě zisku a v omezené míře.



# Sponzoring – právní rámec v ČR



Naopak pokud sponzor ve smlouvě zdůrazňuje ekonomickou podstatu sponzoringu – kterou je posílení jeho společensko-podnikatelské prestiže – je považován za zadavatele reklamy. Nemá problém s daňovým posouzením poskytnuté podpory – ta je v tomto případě absolutní a není vázána na dosažení zisku. Problémy se však přenáší na sponzorovaného - ten nemá možnost uplatnit výdaje na sponzorovanou aktivitu jako daňově účinné, ačkoliv z ekonomické podstaty nelze bez jejich vynaložení očekávat příjmy v podobě příspěvku od sponzora.

# Sponzoring – právní rámec v ČR



Kromě daňové diskriminace je sponzoring v ČR nepříznivě determinován absencí nástrojů tzv. společenské odpovědnosti firem (CSR).



Jedním z nástrojů by mohlo být zařazení podmínky aktivního sponzoringu jako základního kvalifikačního předpokladu uchazeče o veřejnou zakázku či uchazeče o uzavření koncesních smluv.

# Sponzor – ohrožený druh






Absence právní úpravy sponzoringu a ignorování jeho ekonomické podstaty i společenské potřeby vedou v konečném důsledku k tomu, že klasický sponzoring je zdrojem financování pouze v těch případech, kdy je společenský význam a ohlas sponzorované aktivity výrazný – v podmínkách ČR jde prakticky pouze o mezinárodní akce či o akce v masově populárních odvětvích činnosti.

# Sponzor – ohrožený druh



V ČR de facto chybí sponzoři na regionální či místní úrovni. Pokud firma podporuje regionální či místní aktivitu, nebývá hlavním motivem posilování vlastní známosti. Ve významné míře se v takových případech jedná o výraz patriotismu či filantropie navzdory všem popsaným problémům. Je však otázkou k diskusi, zda se spokojíme s tím, že sponzoring má své místo a opodstatnění pouze na mezinárodní a celostátní úrovni, a zda budeme rezignovat na úlohu a smysl sponzoringu v regionech, městech a obcích.

# Možnosti rozvoje sponzoringu

-  Úprava sponzoringu v právních předpisech ČR se zohledněním jeho specifického charakteru
-  Osvobození veřejně prospěšných organizací od daně z příjmů u sponzoringu
-  Podmínění přístupu k veřejným zakázkám a koncesním smlouvám dlouhodobější sponzorskou aktivitou

# Posílení role sponzoringu a společenské odpovědnosti firem ve financování sportu



Cílem musí být vybudování dalšího pilíře pro financování sportu, a tím i doplnění stávajících hlavních zdrojů financování:

- Příspěvky samotných sportovců ( či jejich rodičů )
- Dotace z veřejných rozpočtů
- Příjmy z činnosti sportovních organizací

Děkuji za pozornost.

