

ODPOVĚĎ NA OTEVŘENÝ DOPIS K POVINNÉMU VYBAVENÍ REPREZENTACE

Jsem rád, že mohu reagovat na tento dopis, protože si uvědomuji, že přibližně od února 2010, kdy se začalo pracovat na jednotném vybavení reprezentace, uvolňovala ČJF velmi málo informací. Důvod byl velmi prozaický. Vše bylo (a stále je) teprve v procesu, jasný byl pouze cíl. Obléknout jednotně českou reprezentaci a najít firmu, která by toto zajistila. Prvními kroky bylo navázání spolupráce s Dance and Jump (DJ) – viz tiskové prohlášení „Sponzor českého reprezentačního týmu“ – a vytvoření dokumentu Povinné vybavení, který byl připomínkován manažery disciplín, resp. sportovními komisemi. Úkolem tohoto dokumentu bylo pouze určit, na kterém oblečení a vybavení by měli čeští reprezentanti nést označení národního týmu a pro jakou úroveň by se tato povinnost měla vztahovat. Zatím neumím zcela přesně odpovědět na všechny otázky, které jsou v dopise položené, a to z jednoho důvodu. Budou totiž řešeny ve smlouvě s DJ, která se teprve připravuje a zatím nebyla podepsána. Na její podobě by se měly odrazit i připomínky, které vznesly zástupci České asociace parkurových jezdců na jednání VV dne 19. 5. 2010. Pokusím se ale odpovědět co nejpřesněji, jak to momentální situace umožňuje, na všechny dotazy, které se v dopise objevily:

Pro drezurní či reiningové mistrovství je jako povinná výbava předepsána pouze podsedlová dečka a ani ta, na rozdíl od loga, není povinná.

Povinné vybavení znamená, že např. v drezuře a reiningu (pouze na mistrovství světa a Evropy) má jezdec povinnost mít dečku, na které bude označení Czech Team, případně sponzora ČJF, pokud bude mít ČJF se sponzorem uzavřenou smlouvu. Je věcí jezdců, zda použije novou dečku s logem Czech Team a logem sponzora ČJF nebo zda se rozhodne pouze pro nášivku. Tato věc nesouvisí s tím, jaké oblečení a výbavu bude mít uhrazenou, příp. do jaké výše, ze strany ČJF. O tom se více zmiňuji v následujícím odstavci.

Každý reprezentant musí chtít nechtít propagovat i tuto firmu, a to i v případě, že s ní nemá nic společného. Znamená to tedy v praxi, že jezdec obdrží pouze podsedlovou dečku (v ceně řádově 500-1000 Kč) či jen samotné logo, pokud o ni nemá zájem, a přesto bude na nejvyšší soutěži propagovat firmu DJ, která mu, na rozdíl od např. jeho stálého sponzora, v ničem nepomohla a ničím nepospěla?

Jezdci možná nemají nic společného s firmou, která je sponzorem ČJF. Jsou ale vysíláni na mezinárodní závody Českou jezdeckou federací, která přispívá velmi výrazně na financování výjezdů. Každý rok ČJF podpoří účast našich jezdců na mezin. závodech částkou cca 2,5 miliónu Kč (zodpovědnost za rozdělení částky určené pro konkrétní disciplínu mají manažeři). Z toho pouze necelých 30 % je hrazeno z dotací Ministerstva školství a tělovýchovy. Zbytek jde ze společných prostředků. Celkovou finanční podporu účasti na mezinárodních závodech v roce 2010 ze strany ČJF naleznete v příloze tohoto dopisu. Kromě toho ČJF každý rok vydává 80 000 Kč jenom na reprezentační ošacení jezdců. Dovolím si vyjádřit svůj názor, že považuji za legitimní a spravedlivé, jestliže ČJF nabídne alespoň část reklamní plochy svému sponzorovi, který nabídne do pokladny ČJF finanční prostředky buď v hotovosti nebo barterově (tj. zajistí zdarma služby, které by jinak ČJF musela beztak hradit ze svého rozpočtu).

Pokud jde o to, zda jezdec obdrží jen dečku nebo i další oblečení, záleží na manažerovi disciplíny, který má v rozpočtu ČJF k dispozici prostředky na oblečení pro „své jezdce“, event. může použít další prostředky v rámci své disciplíny.

Pokud bychom se měli dotknout obecně problematiky sponzoringu nebo generálního partnera, který by pokryl v plné výši všechny výjezdy na mezinárodní šampionáty ve všech sedmi disciplínách, pohybovali bychom se řádově v milionových částkách. Sponzoring však není charita a bohužel výsledky našich jezdců (až na světlé výjimky), zejména v olympijských disciplínách, které jsou z hlediska marketingu nejzajímavější, příliš zájmu sponzorů nepřispívají. Přestože my sami hodnotíme např. umístění do 20. místa na Mistrovství Evropy jako úspěch. Přesto návrh smlouvy s DJ počítá s tím, že reklamní plochy zůstávají nadále otevřeny i pro ostatní partnery, ať už se jedná o soukromé sponzory jezdců nebo další sponzory ČJF.

Přestože se jedná o reprezentaci naší země, dle našich informací ČJF hradí pouze velmi malou část nákladů. Většina účastníků proto využívá pomoci sponzorů. Je v pořádku tedy při závodech nejvyšší kategorie opomenout sponzora, který reprezentanta skutečně podpořil a vystavit logo firmy, se kterou má ČJF smlouvu, ale dotčenému naprosto nic nepřinesla? Je přínos pro ČJF natolik vysoký, aby se toto vyplatilo? Jaký je potom přínos pro jednotlivé reprezentanty?

O tom, kolik přispívá ČJF na výjezdy, jsem se zmínil v předchozím odstavci. Tak, jako je legitimní, aby ČJF nabídla plochu svému sponzorovi na oblečení, je stejně oprávněný nárok jezdců, aby byl zviditelněn jejich sponzor, který přispívá na jejich sportovní činnost. Proto se počítá s tím, že bude potřeba definovat plochy a jejich rozměry, které budou určeny pro ČJF a které budou určeny pro privátní sponzory jezdců.

Plnění ve výši 340 000 Kč (oblečení plus bartrově právní služby) je finančním přínosem, který dle mého názoru a podle názoru vedení ČJF stojí za to, aby umožnil sponzorovi zviditelnit své jméno uvedeným způsobem. Neustále slyšíme volání po zvýšení profesionality a přitom ČJF dodnes nevyužívá stabilně služby kvalitní profesionální právní kanceláře. Ty je totiž nutné draze platit anebo zajistit na ČJF lidmi, kteří nemají právní vzdělání, což pochopitelně v současné době není možné. Pouze za loňský rok zajistila ČJF zdarma sponzorský plnění za právní služby ve výši 500 000 Kč (nový Disciplinární řád, Veterinární pravidla, právní poradenství, ostatní právní úkony). Do budoucna nelze očekávat, že za tyto činnosti nebude muset ČJF vydávat žádné prostředky.

Prosíme o doporučení, jak postupovat v případě, že jezdec si přeje zviditelnit svého sponzora, který mu skutečně pomohl a uhradil podstatnou část nákladů, aby splnil zároveň předpisy pro povinnou výbavu.

V tomto případě je nejlepší obrátit se přímo na generálního sekretáře ČJF. Jak jsem výše uvedl, logo Czech Team je otevřené i pro další sponzory, vč. soukromých sponzorů jezdců. Zde bych rád zdůraznil, že logo DJ bude prezentováno pouze na vybraných závodech (mistrovství světa, mistrovství Evropy, Pohár národů, finále Světového poháru). Na všech ostatních výjezdech mohou jezdci propagovat výhradně své soukromé sponzory.

Ing. F. Lomský
generální sekretář ČJF
v Praze dne 20. května 2010

Příloha: Příspěvky ČJF na účast na zahraničních závodech v roce 2010 (oproti původnímu návrhu rozpočtu pro rok 2010 byly částky u jednotlivých disciplín navýšeny o 50 000 Kč kvůli WEG 2010)

REPREZENTAČNÍ VÝJEZDY 2010	2 505 000 Kč
Junioři a mladí jezdci - skoky	580 000 Kč
Junioři a mladí jezdci - drezura	100 000 Kč
Junioři a mladí jezdci - všestrannost	200 000 Kč
Junioři a mladí jezdci (+ senioři) - voltiž	300 000 Kč
Junioři a mladí jezdci - vytrvalost	60 000 Kč
Pony	120 000 Kč
Senioři – skoky	330 000 Kč
Senioři – drezura	70 000 Kč
Senioři - všestrannost	170 000 Kč
Senioři – spřežení	350 000 Kč
Senioři – vytrvalost	110 000 Kč
Senioři – reining	115 000 Kč