

Příloha č. 1: Příklad struktury smlouvy na sportovní akci

Zdroj: ČÁSLAVOVÁ (2009)

Smlouva musí zahrnovat následující obsahové části:

- název a účel
- majitelé práv
- podpis výkonů akce
- druh sponzorování:
 - titul oficiální sponzor
 - titul hlavní sponzor
 - dílčí sponzor
- katalog reklamních možností:
 - reklama na pásu, vlaječky
 - reklama na sportovním oděvu, dresu
 - plakáty, programové sešity, vstupenky
- sestavení celkového balíčku reklamních možností
- regulace využívání jména spolku pro vlastní reklamní opatření sponzora
- řízení exkluzivních akcí v hlavním sponzorování
- počet, druh a reklamní možnosti dílčích sponzorů
- stanovení odměn
- doba platnosti smlouvy

Příloha č. 2: Dohoda se sponzorem

Zdroj: FORET (2003)

Dohoda

Věc: Sponzoring Českého juniorského mistrovství Brnobankou

Vážení,

jsem potěšen, že Brnobanka a.s. Souhlasí se sponzorováním Českého juniorského mistrovství ..., které se bude konat ve sportovním centru v Lužánkách v sobotu 17. 12. 1994 a v neděli 18. 12. 1994. Jak bylo odsouhlaseno, vyúčtuji od Vás celkovou částku 40.000Kč plus DPH v termínu

Žádáte definitivní návrh propagace a já bych navrhoval následující: „Akce je sponzorována Brnobankou „ (logo). Zamýšlíme umístit toto oznámení na všech vydaných materiálech, které jsou naznačeny níže:

1. Plakáty – vytiskneme 500 barevných plakátů a rozešleme je do všech svazových oddílů a klubů a všech sportovních a oddechových center v České republice měsíc před mistrovstvím.
2. Přihlašovací formuláře – vydáme 2 000 přihlášek, které budou odeslány do oddílů, klubů a středisek.
3. Programy – bude jich přibližně 1 000 a navrhuji, aby oznámení bylo na přední a prostřední stránce.
4. Inzertní plochy – souhlasíme, že Vám bude k dispozici 6 ploch a jiným společnostem nebude nabídnut žádný prostor pro inzerci.
5. Souhlasíme, že pro stánek bude vyhrazen prostor poblíž vstupu do hlavní haly.

Souhlasíme, že vydáme tiskové komuniké a uspořádáme setkání s tiskem a vyhradíme pro tento účel 13. říjen 1994 jako datum, které by se hodilo Vám i nám. Myslím, že bychom to měli potvrdit co nejdříve. Zatím bych byl rád, kdybyste nám mohli poskytnout seznam lidí, kteří by měli obdržet tiskové komuniké, anebo by se měli zúčastnit tiskového setkání. Výlohy na občerstvení při setkání s žurnalisty ponese Vy, jak bylo dohodnuto, za což jsme Vám vděční. Mimochodem, nehovořili jsme o novinových výstřižcích (zprávách v tisku) – mohu předpokládat, že budete vyhledávat

zprávy (zmínky) o Vašem sponzorství v obchodním tisku, zatímco my budeme shromažďovat zmínky z místního a národního tisku, rozhlasu a televize?

Doufám, že jsem zahrnul do této dohody vše, o čem jsme diskutovali na naší schůzce. Prosím, dejte mi vědět, domníváte-li se, že jsem něco opomněl, jinak budu předpokládat, že vše je pro Vás přijatelné.

Závěrem si dovolím konstatovat, že jsme potěšeni, že Brnobanka a.s. se rozhodla sponzorovat toto mistrovství a vynaložíme veškeré úsilí, abychom Vás nezklamali a potvrdili, že naše spolupráce je oboustranně výhodná.

S pozdravem,

V Brně dne.....

pověřený pracovník
za organizační výbor

Pozn.: Návrh výše uvedené dohody je vymyšlen, proto všechna jména a data ve skutečnosti neexistují. Právně se jedná o dohodu podle § 262 obchodního zákoníku o nepojmenované smlouvě podle § 269 odst. 2 téhož.

Příloha č. 3: Smlouva mezi sponzorem a sdružením

Zdroj: FORET (2003)

Smlouva mezi sponzorem a sdružením, kterou je odsouhlaseno toto:

1. V souladu s touto smlouvou sponzor zaplatí sdružení částku 40.000 Kč na sponzorování „Juniorského mistrovství ČR“. Sdružení souhlasí, že splní všechny závazky podle odstavce 2.
2. Od 1. 8. 1994 do 31. 8. 1994 sdružení souhlasí, že:
 - a) Zaručí sponzorovi, že zveřejní sponzorovo jméno a podrobnosti sponzorské smlouvy ve všech tiskových oznámeních sdružení týkajících se „Juniorského mistrovství ČR“.
 - b) Bude dáno sponzorské oznámení na přední obálku a centrální stránky programu vztahující se k „Juniorskému mistrovství ČR“.
 - c) Umístí toto oznámení na plakáty.
 - d) Přesný typ barvy a stylu oznámení (předlohy) podle klauzulí 2.a až 2.f bude blíže určen sponzorem a propagačním oddělením sdružení zvláštní dohodou. Pokud nebude dosaženo takové dohody do dvou měsíců před konáním mistrovství, bude přijat návrh sdružení.
 - e) Sponzor dostane 20 vstupenek zdarma na závěrečný ceremoniál mistrovství.
 - f) Sponzorovi bude poskytnuta místnost ve sportovním středisku Lužánky od 17 do 23 hodin každý den mistrovství k setkání s klienty a hosty. Všechny s tím související náklady budou hrazeny sponzorem.
 - g) Poskytne prostor 4x1,5m na výstavní stánek související se sponzorovými službami během mistrovství. Obsah a styl ukázek bude konzultován se sdružením.
 - h) Zajistí setkání s tiskem oznamující sponzorování sponzorem na místě a v čase, s kterým budou souhlasit obě smluvní strany. Náklady na toto setkání nese sponzor.
3. Splátka uvedené částky 40 000 Kč bude provedena najednou nejpozději do 1. 12. 1994.

4. Splátka bude předmětem DPH s běžnou sazbou a bude splatná ve prospěch účtu sdružení.

Ostatní ustanovení:

5. Je dohodnuto, že za všechny záležitosti týkající se řízení mistrovství zůstane výhradně zodpovědné sdružení.
6. Je dohodnuto, že mistrovství bude propagováno a pokryto médii, jako je rozhlas a televize. Sdružení se bude ze všech sil snažit zajistit, aby sponzor byl uznán jako sponzor mistrovství, ale sponzor uznává, že zvláštní dohody mohou být sjednány se všemi zainteresovanými stranami.
7. Je odsouhlaseno, že sponzor má přednostní právo obnovit sponzorství pro mistrovství 1996 za dohodnutou cenu. Sponzor oznámí své rozhodnutí nejpozději 6 měsíců před zahájením mistrovství 1996.
8. V případě zrušení mistrovství z jakéhokoliv důvodu bude tato smlouva anulována a prohlášena za neplatnou. Sdružení vrátí sponzorovi saldo částky uvedené v klauzuli 3 a vyúčtování částky, která byla utracena.
9. Tato smlouva je uzavřena výhradně s Brnobankou a.s. a bez písemného souhlasu sdružení nenabývá platnosti.

V Brně dne.....

Za Brnobanku a.s.:

Za sdružení:

Pozn.: Návrh výše uvedené smlouvy je vymyšlen, proto všechna jména a data ve skutečnosti neexistují. Právně se jedná o nepojmenovanou smlouvu podle § 51 občanského zákoníku.

Příloha č. 4: Příklady sponzorského balíčku na sportovní akci

Zdroj: ČÁSLAVOVÁ (2009)

1) Velký sponzorský balíček zahrnuje:

- ohlášení sponzora před, během a po akci,
- uvedení sponzora v televizním spotu,
- reklamní panel v záběru televizních kamer,
- jedna strana programu sportovní akce je věnována sponzorovi,
- uvedení sponzora na plakátech a dalších tiskovinách akce,
- 4 ks pozvánek pro sponzora na slavnostní zakončení sportovní akce.

2) Malý sponzorský balíček zahrnuje:

- ohlášení sponzora při utkání a při vyhlásování vítězů,
- uvedení sponzora v programu sportovní akce,
- reklamní panel na sportovišti,
- 2 ks pozvánek na slavnostní zakončení sportovní akce.

Příloha č. 5: Funkce a vlastnosti sportovní reklamy

Zdroj: ČÁSLAVOVÁ (2009)

	Funkce	Způsob znázornění
Noviny	Informace Aktuální zpravodajství	Text Obraz
Časopis	Informace Zábava Vzdělávání	Text Obraz (účinek barvy)
Televize	Informace Zábava Vzdělávání	Text Obraz Zvuk (vícesmyslové působení, účinek barvy)
Rozhlas	Informace Aktuální zpravodajství Zábava Vzdělávání	Zvuk (řeč a hudba)
Film	Zábava Odpočinek Možnosti identifikace	Text Obraz Zvuk (vícesmyslové působení, účinek barvy)
Plakát	Reklama hospodářských výrobků a kulturních cílů Reklama různých událostí	Text Obraz (účinek barvy)
Internet	Informace Možnosti identifikace	Text Obraz (účinek barvy) Jednoduché zvuky
Reklama na sportovních oděvech a startovních číslech	Zvýšení stupně obeznámení s produktem nebo akcí, aktualizace produktu nebo akce Změna image produktu nebo firmy, příp. jednotlivých aspektů image	Text Motiv (název produktu, značka, firemní symbol)
Reklama na transparentech	Zvýšení stupně obeznámení s produktem nebo akcí, aktualizace produktu nebo akce	Text (název produktu, značka, firemní symbol)
Reklama na sportovním náčiní	Obeznámení a zvýšení dostupné obeznámenosti sportovní značky nebo sportovního produktu, aktualizace sportovní značky nebo produktu	Text Motiv (název produktu, značka, firemní symbol)
Reklama na tabulích s výsledky	Zvýšení obeznámenosti se značkou nebo produktem	Text Motiv popř. slovní hříčka (text buď nastavovací, nebo pevně uzpůsobený)

	Situace	Způsob objevování	Konečný efekt
Noviny	Příjem informace v domácí atmosféře nebo na pracovišti	Denně	Zprostředkování aktuálních a racionálních reklamních poselství, slouží k zavedení produktu a pro reklamní nabídku regionálního obchodu, seznamovací a upevňovací reklama
Časopis	Příjem informací v domácí atmosféře	Týdně, 14tidenně, měsíčně, čtvrtletně	Zprostředkování stavu nálad a postojů, utvrzování spotřebních zvyklostí, vytvoření image, upevňovací reklama
Televize	Příjem informací v domácí atmosféře	Denně (účinnost daná vysíláním)	Obeznamenání se s novinkami, slouží k vytvoření image, předvedení upotřebení produktu, seznamovací a upevňovací reklama
Rozhlas	Příjem informací v domácí atmosféře (celodenně)	Denně (účinnost daná vysíláním)	Utvrzování spotřebních zvyklostí, seznámení se s produkty a výrobci, pouze doplňkové médium, seznamovací a upevňovací reklama
Film	Společný příjem i domácí příjem	Denně (min. působnost 1 týden)	Přenos sugestivní atmosféry, slouží k vytvoření image, předvedení spotřebního produktu, pouze doplňkové médium, upevňovací reklama
Plakát	Převážné letmé upozornění pouze místního charakteru	Denně (min. působnost 14 dní)	Zprostředkování reklamních poselství na neohrazený okruh lidí, slouží k prezentaci produktu, pouze doplňkové médium, upevňovací reklama pro ucelenou znalost, vytvoření pověsti firmy
Internet	Příjem informací v domácí atmosféře (celodenně)	Denně (účinnost daná zapojením počítače)	Utvrzování spotřebních zvyklostí, seznámení se s produkty a výrobci,

			pouze doplňkové médium, seznamovací a upevňovací reklama
Reklama na sportovních oděvech a startovních číslech	Převážné letmé upozornění diváků závodu, resp. TV, u čtenářů novin delší upozornění (v rámci interview, reportáží)	V závislosti na televizním přenosu a sportovní události (též min. působnost)	Úspěch reklamy na oblečení je závislý na rychlém průběhu pohybu (delší kontakty pouze v rámci interview), úspěch reklamy na start.č. je méně závislý, proto odpadá individualizace reklamy jednotlivými sportovními osobnostmi
Reklama na transparentech	Převážné letmé upozornění diváků závodu, resp. TV	V závislosti na televizním přenosu a sportovní události (též min. působnost)	Intenzita vybavování závisí na stupni známosti značky, transparentní reklama má smysl pro známé firmy a náleží vůdci trhu, při paralelní přítomnosti dvou značek srovnatelných produktů profiluje známější
Reklama na sportovním náčiní	Převážné letmé upozornění diváků závodu, resp. TV	V závislosti na televizním přenosu a sportovní události	Reklama na sportovní náčiní může zahrnout reklamu výrobce nebo též reklamu produktů cizích sportovních odvětví
Reklama na tabulích s výsledky	Téměř nucené upozornění v rámci zobrazení výsledků	V závislosti na televizním přenosu a sportovní události	Slouží pouze pro právě zavedené značky a produkty, případně známé události

Příloha č. 6: Dotazník pro bývalé sponzory

Zdroj: Vlastní zpracování

Dotazník na téma: Sponzorování soutěže v moderní gymnastice



Dobrý den, jmenuji se Markéta Dobešová a studuji na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy obor Management sportu. V současné době zpracovávám diplomovou práci na téma:

“Aplikace a vyhodnocení sponzoringu v rámci pořádání soutěže v moderní gymnastice“.

Konkrétně hodnotím sponzoring při pořádání mezinárodní soutěže v moderní gymnastice Chodov Cup, kterou Vaše firma v minulosti sponzorovala.

Z tohoto důvodu je pro mě důležitý Váš názor a ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého dotazníku. Získané informace jsou zcela anonymní a budou použity pouze pro potřeby mé diplomové práce.

Pokud není u otázky uvedeno jinak, zaškrtněte vždy jen jednu, nejuvýstižnější, odpověď.

Prosím o zaslání vyplněného dotazníku nejpozději do 21. 12. 2012 na emailovou adresu: marketa@dobesova.cz

Obor činnosti Vaší firmy:

Lokalita, popř. část Prahy sídla Vaší firmy:

1) Jak byla Vaše firma spokojena se sponzorským plněním během závodu Chodov Cup?

velmi nespokojena - spíše nespokojena - nevím - spíše spokojena - velmi spokojena

2) Z jakého důvodu jste ukončili sponzorskou spolupráci se závodem Chodov Cup? (možnost zvolit i více odpovědí)

- Nedostatečné zviditelnění loga naší firmy
- Nízká návštěvnost závodu
- Velmi malá/žádná obchodní zpětná vazba
- Špatné zacílení
- Nízká atraktivita sportu
- Jiný důvod:

3) Za předpokladu, že by se Vaše firma stala opět sponzorem Chodov Cupu, který druh sponzorské účasti by Vaše firma upřednostnila?

- Exkluzivní sponzorování* – „Oficiální sponzor“ za vysokou cenu přejímá sponzor veškeré protivýkony
- Hlavní sponzor* - přejímá nejdražší a nejatraktivnější protivýkony
- Kooperační sponzor* – protivýkony v rozsahu dle výše poskytnutého příspěvku

4) V jakém finančním rozmezí by se pohybovalo Vaše sponzorské plnění: Kč / závod (hodnota hmotných darů či finančního příspěvku)

5) Který druh sponzorování byste upřednostnili?

- Sponzorské balíčky* (balíčky, které zahrnují několik rozdílných druhů reklam, jsou dle obsahu cenově odstupňované)
- Nabídkový list reklam* (možnost zakoupit jednotlivé druhy reklamy)

V případě zaškrtnutí odpovědi a) pokračujte na otázku č. 6, v případě odpovědi b) přejděte na otázku č. 7.

6) Který sponzorský balíček byste si vybrali?

- Velikost S – cena 30 000Kč** (reklama v propagačních tištěných médiích, v hale, na internetu, v místních novinách, v TV, verbální reklama, VIP akce a programy)
- Velikost M – cena 80 000Kč** (totožné s „S“, ale ve větším a širším rozmezí)
- Velikost L – cena 200 000Kč** (totožné s „M“ + reklama ve sledovaných časopisech se sportovní či wellness tematikou + reklama na trikotech a rozcvičovacích úborech závodnic)
- Žádný** – Proč?

7) O jaký druh reklamy byste měli zájem? (možnost zvolit i více odpovědí)

- Na dresech (omezeno pravidly) a sportovních oděvech
- Na pásu kolem závodní plochy
- Na roll-upech a bannerech kolem závodní plochy
- Na výsledkových tabulích
- Na programu, vstupenkách a veškerých propagačních materiálech
- Z venku na závodní hale (hala je u frekventované silnice na Chodově)
- V tištěných médiích
- V elektronických médiích

V názvu soutěže

Jiné:

8) Dokáže si Vaše společnost představit za lepších podmínek dlouhodobější spolupráci se sportovním oddílem TJ JM Chodov?

Ano

Ne

b. Z jakého

důvodu?.....

9) Poskytla by Vaše společnost příspěvek i formou daru?

Ano

a. V jakém rozmezí by se pohybovala výše daru: Kč / závod

Ne

Děkuji za Váš čas.

Příloha č. 7: Dotazník pro současné sponzory

Zdroj: Vlastní zpracování

Dotazník na téma: Sponzorování soutěže v moderní gymnastice



Dobrý den, jmenuji se Markéta Dobešová a studuji na Fakultě tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy obor Management sportu. V současné době zpracovávám diplomovou práci na téma:

“Aplikace a vyhodnocení sponzoringu v rámci pořádání soutěže v moderní gymnastice“.

Konkrétně hodnotím sponzoring při pořádání mezinárodní soutěže v moderní gymnastice Chodov Cup, kterou Vaše firma sponzoruje.

Z tohoto důvodu je pro mě důležitý Váš názor a ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého dotazníku. Získané informace jsou zcela anonymní a budou použity pouze pro potřeby mé diplomové práce.

Pokud není u otázky uvedeno jinak, zaškrtněte vždy jen jednu, nejuvýstižnější, odpověď.

Prosím o zaslání vyplněného dotazníku nejpozději do 21. 12. 2012 na emailovou adresu: marketa@dobesova.cz

Obor činnosti Vaší firmy:

Lokalita, popř. část Prahy sídla Vaší firmy:

10) Jak dlouho jste sponzorem závodu v moderní gymnastice Chodov Cup?

.....

11) Jak je Vaše firma spokojena se sponzorským plněním během závodu Chodov Cup?

velmi nespokojena - spíše nespokojena - nevím - spíše spokojena - velmi spokojena

12) Za předpokladu, že by byla Vaší firmě nabídnuta nová sponzorská spolupráce, který druh sponzorské účasti by Vaše firma upřednostnila?

Exkluzivní sponzorování – „Oficiální sponzor“ za vysokou cenu přijímá sponzor veškeré protivýkony

Hlavní sponzor - přijímá nejdražší a nejatraktivnější protivýkony

Kooperační sponzor – protivýkony v rozsahu dle výše poskytnutého příspěvku

13) V jakém finančním rozmezí by se pohybovalo Vaše sponzorské plnění:
Kč / závod (hodnota hmotných darů či finančního příspěvku)

14) Který druh sponzorování byste upřednostnili?

- Sponzorské balíčky (balíčky, které zahrnují několik rozdílných druhů reklam, jsou dle obsahu cenově odstupňované)
- Nabídkový list reklam (možnost zakoupit jednotlivé druhy reklamy)

V případě zaškrtnutí odpovědi a) pokračujte na otázku č. 6, v případě odpovědi b) přejděte na otázku č. 7.

15) Který sponzorský balíček byste si vybrali?

- Velikost S – cena 30 000Kč** (reklama v propagačních tištěných médiích, v hale, na internetu, v místních novinách, v TV, verbální reklama, VIP akce a programy)
- Velikost M – cena 80 000Kč** (totožné s „S“, ale ve větším a širším rozmezí)
- Velikost L – cena 200 000Kč** (totožné s „M“ + reklama ve sledovaných časopisech se sportovní či wellness tematikou + reklama na trikotech a rozcvičovacích úbořech závodnic)
- Žádný** – Proč?

16) O jaký druh reklamy by měla Vaše firma zájem? (možnost zvolit i více odpovědí)

- Na dresech (omezeno pravidly) a sportovních oděvech
- Na pásu kolem závodní plochy
- Na roll-upech a bannerech kolem závodní plochy
- Na výsledkových tabulích
- Na programu, vstupenkách a veškerých propagačních materiálech
- Z venku na závodní hale (hala je u frekventované silnice na Chodově)
- V tištěných médiích
- V elektronických médiích
- V názvu soutěže
- Jiné:

17) Dokáže si Vaše společnost představit dlouhodobější spolupráci se sportovním oddílem TJ JM Chodov?

- Ano
- Ne

b. Z jakého důvodu?.....

18) Poskytla by Vaše společnost příspěvek i formou daru?

Ano

a. V jakém rozmezí by se pohybovala výše daru: Kč / závod

Ne

Děkuji za Váš čas.

Příloha č. 8: Promo-prezentace k závodu
Zdroj: Vlastní zpracování



Chodov Cup 2013

Stručná historie a prezentace
závodu

Oddíl moderní gymnastiky
Ideastav Chodov

Moderní gymnastika

- Unikátnost tohoto sportu:
 - jediný ryze ženský sport
 - dramatické vrcholové výkony
 - značný a komplexní rozvoj fyzické kondice a pohybového aparátu
 - vysoká atraktivita pohybového projevu



Historie MZ Chodov Cup

- Letos nás čeká již třináctý ročník mezinárodního závodu Chodov Cup v moderní gymnastice
- Za více než desetiletou historii akce se Chodov Cup vyvinul v moderní, interaktivní sportovní akci na Praze 11
 - každoročně se na MZ Chodov Cup představí exhibičně zpěváci, tanečníci a další umělci
 - úroveň závodnic se každoročně zvyšuje a s účastí závodnic z Ruska, Ukrajiny se Chodov Cup stává jedním z nejsledovanějších závodů v moderní gymnastice v ČR
 - profesionální promotion, značka Chodov Cup, i doprovodné akce (např. Miss Chodov Cup) činí z akce Chodov Cup velice sledovanou sportovní akci na Praze 11
- Poslední ročník – Chodov Cup 2012 – byl rekordní co do počtu přihlášených států (17) i co do počtu diváků a účastníků celé akce (cca 500)

Chodov Cup – start závodnic z celého světa

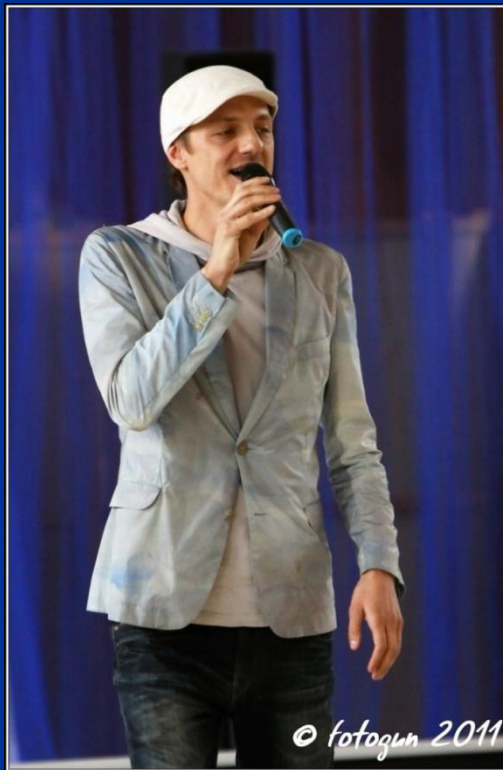
- Na loňském závodu na MZ Chodov Cup startovaly závodnice z 17 zemí světa, účastnily se tyto státy:
Belgie, Česko, Estonsko, Filipíny, Izrael, Kuvajt, Litva, Lotyšsko, Maďarsko, Německo, Portugalsko (Madeira), Rusko, San Marino, Slovensko, Ukrajina, USA, Nový Zéland.



Maria Recinto – Filipíny –
Chodov Cup 2010

Chodov Cup – exhibiční vystoupení

- Každoročně hostí Chodov Cup umělce z celé ČR, kteří zde divákům přibližují i jiná odvětví, než je moderní gymnastika



Ondřej Ruml–CHC 2011



Team NoGravity – CHC 2009



Eliška Bučková-CHC 2011

Chodov Cup – doprovodné akce závodu

- Nejen množství exhibičních vystoupení, ale i další doprovodné akce závodu baví diváky během celé akce



Výstava fotografií – Jiří Frühbauer



Volba Miss Chodov Cup – o nejatraktivnější dívku z kategorie Seniorky

Chodov Cup – prezentace partnerů

- Všechny partnery MZ Chodov Cup se snažíme propagovat na všech materiálech, které s MZ Chodov Cup souvisí, partneři mají umístěnou reklamu na webu i v prostorách haly během závodu, partneři jsou taktéž hlášeni během závodu a přizváváni jako V.I.P. hosté závodu



mezinárodní závod v moderní gymnastice

CHODOV CUP 2011 XI. ročník

NADĚJE STARŠÍ JUNIORKY SENIORKY

IV. ročník Miss Chodov Cup
"...JUST A BEAUTY!" výstava fotografií
fotograf: Eliška a Michal Fröhbauerovi 2010

14. 5. 2011 začátek závodu 9:00

Hosté:
Sportovní aerobik tým Jakuba Strakoše:
Jan Novosád, Jana Vůjtová, Josef Vůjta
Sportovní gymnastika exhibice Jindra Panský a spol.
Dance2XS a Domínka Červinková
Ondřej Ruml zpěv
Vašek NOID Bárta a Eliška Bučková

Hala TJ JM Chodov Mírového hnutí 2137 Praha 4 www.chodovcup.cz

Pod záštitou starosty MČ Praha 11 Dalibora Klugešského a za finančního přispění sportovního klubu Mladá, s.r.o.

Chodovští partneři: Hosted partner: Partner: Specialized partner:

praha 11 auma CARMELITA JANTINA AGROVA HANDBL CERMBA

Plakát Chodov Cup 2011



Starosta MČ P11 D. Mlejnský

Chodov Cup 2013- rámcový rozpočet

- Ačkoliv organizační tým Chodov Cup podporuje závod bez nároku na honorář, sponzorsky sežene každoročně spoustu položek, některé položky je nutné zaplatit, tyto položky jsou esenciální složkou organizace a vzezření celého turnaje:

Náklady:

Technické zabezpečení akce (projekce, kamera, střih, zvuk, tribuna...) –	20 000 Kč
Pronájem haly (cca 12 hodin) –	20 000 Kč
VIP dárky, květiny (zbytek dárků sponzorsky) –	10 000 Kč
Kanc. potřeby, technické doplňky, prostředky na čištění, pro občerstvení... –	10 000 Kč
Práce grafika -	5 000 Kč
Doprava závodnic, dárky pro závodnice, dárky pro rozhodčí, pitný režim, zápůjčné vlajek delegací, občerstvení pro org. tým, rozhodčí, ... -	to vše hrazeno sponzorsky

Celkem:

65 000 Kč

Sponzorské balíčky

S	M	L
15 000,-	35 000,-	100 000,-
XXX	XXX	Reklama na trikotu závodnic
XXX	XXX	Reklama na rozsvičovacím triku závodnic
XXX	XXX	Reklama na teplákové soupravě závodnic
Reklama v hale	Reklama v hale	Reklama v hale
Reklama v propagačních materiálech	Reklama v propagačních materiálech	Reklama v propagačních materiálech
XXX	Reklama v místních novinách	Reklama v místních novinách
XXX	XXX	Reklama v časopisech
Reklama na internetu	Reklama na internetu	Reklama na internetu
Vstupenky zdarma	Vstupenky zdarma	Vstupenky zdarma
Verbální reklama	Verbální reklama	Verbální reklama
VIP akce	VIP akce	VIP akce
Reklama v televizi	Reklama v televizi	Reklama v televizi

Nabídkový list reklam

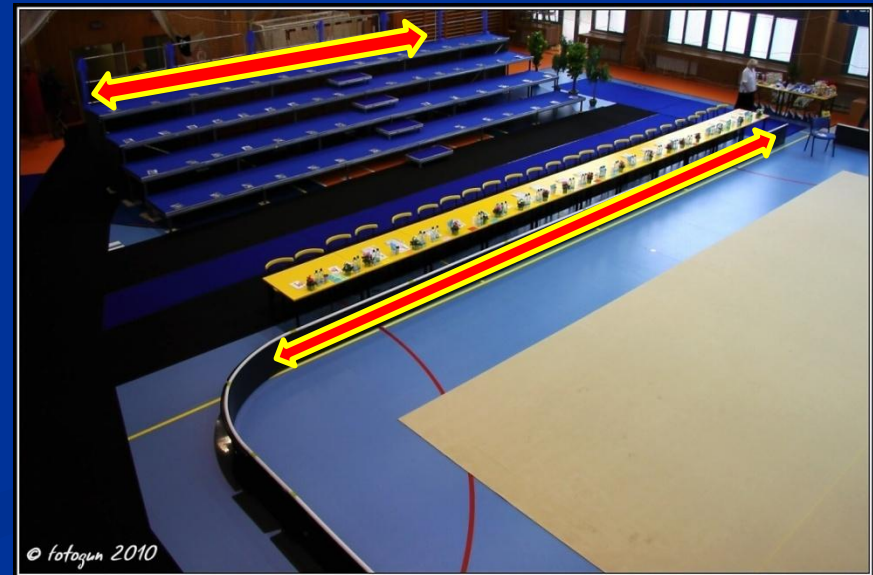
UMÍSTĚNÍ REKLAMY

ČÁSTKA vč. DPH

Pás kolem závodní plochy	10 000,-
Roll-upy a bannery kolem závodní plochy	10 000,-
Velkoplošná výsledková tabule	10 000,-
Programy, vstupenky, letáky, plakáty a diplomy	5 000,-
Tištěná média	10 000,- až 20 000,-
Elektronická média	5 000,-
Název soutěže	100 000,-

Chodov Cup – propagace partnera

- Možnosti umístění reklamy



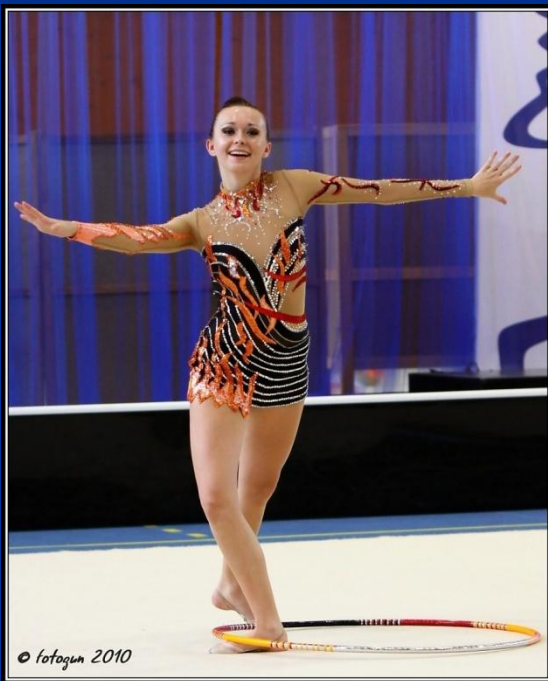
Chodov Cup

- špičkové výkony...



Chodov Cup

■ Emoce...



Chodov Cup

■ Show...



Chodov Cup

- Beauty...



Foto: Gabriela Machová



(c) fotogum 2009



Chodov Cup

- ... to vše je Chodov Cup



Chodov Cup 2012

- Pomozte nám uspořádat znovu reprezentativní akci celé TJ JM Chodov Praha a celé Prahy 11 – spojte Vaše jméno s mezinárodním závodem v moderní gymnastice Chodov Cup 2013
- Přijměte naši pozvánku na dvanáctý ročník mezinárodního závodu Chodov Cup, který se bude konat dne 19.5. 2013 v hale TJ JM Chodov Praha, Mírového Hnutí 2137
- Těšíme se na setkání s Vámi a moc Vám děkujeme za shlédnutí této prezentace

Organizační tým Chodov Cup 2013

Chodov Cup 2013

Pro jakékoliv další informace nás neváhejte kontaktovat na
chodovcup@email.cz

Rádi Vám poradíme, jak prezentovat Vaší společnost
v rámci MZ Chodov Cup 2013
a to s důrazem na sportovní reklamu.



10. ročník mezinárodního závodu
v moderní gymnastice

12. 6. 2010 • 9.00

Hala TJ JM Chodov
Mírového hnutí 2137 • Praha 4

NADĚJE JUNIORKY SENIORKY

Patronka závodu

Katka Sokolová - Miss ČR 2007

Volba Miss Chodov Cup

Hosté

Katka Fialová - Mistryně světa ve stepu

Lenka a Petr Kolářovi - Contemporary dance

Dita Konášová - sólistka Peña Flamenca

Linda Fernández Saéz - Afro dance

Lady Mel - Hip Hop dancer

Ben Cristovao

Záštitu převzal starosta Prahy 11 Mgr. Dalibor Mlejnský
a poslanec ing. Miroslav Svoboda.

Pořadatelem je Oddíl moderní gymnastiky TJ JM Chodov
ve spolupráci s Czech Dance Benefit Society o.s.

www.chodovcup.cz



www.kapkanadeje.cz

KAPKA NADĚJE

CD
CZECH
DANCE
BENEFIT
SOCIETY

PRAHA
PRAHA
PRAHA
PRAHA

praha

RISTORANTE
CARMELITA
PIZZA-BAR

Café
MARNICE

CANTINA

POLYMER
TISKÁRNA

Markéta Brodová

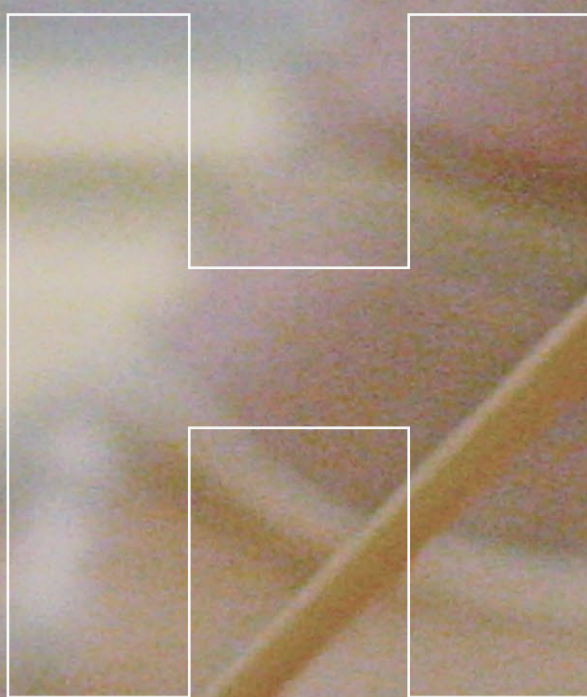
fitstyl*

oriflame

PLATINA

IDEASTAV

mezinárodní závod v moderní gymnastice



NADĚJE STARŠÍ JUNIORKY SENIORKY



IV. ročník Miss Chodov Cup

"...JUST A BEAUTY!" výstava fotografií

© fotogun, Eliška a Michal Frühbauerovi 2010

14. 5. 2011 začátek závodu 9:00

Hosté:

Sportovní aerobik tým Jakuba Strakoše:

Jan Novosad, Jana Vůjtová, Josef Vůjta

Sportovní gymnastika exhibice Jindra Panský a spol.

Dance2XS a Dominika Červinková

Ondřej Ruml zpěv

Vašek NOID Bárta a Eliška Bučková

Hala TJ JM Chodov Mírového hnutí 2137 Praha 4 www.chodovcup.cz

Pořadatelem je Oddíl moderní gymnastiky TJ JM Chodov, o.s. Praha ve spolupráci s Czech Dance Benefit Society o.s.

Pod záštitou starosty MČ Praha 11 Dalibora Mlejnského a za finančního přispění Sportovní Jižní Město, o.p.s.

Oficiální partneři:



Hlavní partner:

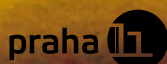


Partneři:



Speciální partneři:

MAREK ČERVINKA



MARKÉTA BRODOVÁ

XII. ročník Mezinárodního závodu v moderní gymnastice

**CHO
DOV
CUP
2012**

**NADĚJE MLADŠÍ
JUNIORKY
SENIORKY**

19. 5. 2012

**Začátek hlavní části závodu
13.00 hod.**

Hala TJ JM Chodov

**V. ročník Miss Chodov Cup
As I see RG - výstava fotografií**

Patron závodu:

David Svoboda

(mistr světa v moderním pětiboji)

Hosté:

Estetická skupinová gymnastika

Rope Skipping

Dance Academy Prague Team

(pod vedením Anety Antošové)

Hala TJ JM Chodov Mírového hnutí 2137 Praha 4 www.chodovcup.cz

Pořadatelem je oddíl moderní gymnastiky Ideastav Chodov

Oficiální partneři:



Partneři:

