

SMLOUVA O REKLAMĚ A PROPAGACI

uzavřená ve smyslu § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, v platném znění
mezi těmito smluvními stranami:

1. Obstaravatel: **FC Zlín, a. s.**
se sídlem: Tyršovo nábř. 4381, 760 01 Zlín
zastoupen: [redacted] předseda představenstva
bank.spojení: 0006404102/0800
IČ: 25568752
DIČ: CZ 25568752
Zapsáno v Obchodním rejstříku u Krajského soudu v Brně oddíl B, vložka 3022
(dále jen Klub)

2. SMZ: **statutární město Zlín**
se sídlem: nám. Míru 12, 760 01 Zlín
zastoupeno: [redacted] náměstkyně primátora
ve věcech technických: [redacted] Odbor tiskový a cestovního ruchu MMZ
odpovědný útvar: Odbor tiskový a cestovního ruchu MMZ
bank. spojení: 3048982/0800
IČ: 00283924
DIČ: CZ 00283924

(dále jen SMZ)

I.

Předmět smlouvy

1. Předmětem smlouvy je závazek Klubu k provedení **reklamní a propagační činnosti** dle zadání a ve prospěch SMZ v rozsahu dle přílohy č. 1 této smlouvy a závazek SMZ k zaplacení ceny za provedenou reklamní a propagační činnost ze strany Klubu, která je rovněž specifikována v příloze 1.

2. Klub si je vědom skutečnosti, že účelem této Smlouvy je propagace statutárního města Zlína ve spojení s profesionální kopanou v souladu se zpracovanou komunikační strategií pro statutární město Zlín v oblasti kulturních, sportovních a volnočasových aktivit (dále jen „**Komunikační strategie**“), jejímž cílem je informování občanů a dalších cílových skupin o aktivitách města ve výše uvedených projektech, zvýšení image města Zlína jako podporovatele těchto projektů a zvýšení povědomí občanů o roli městské samosprávy v oblasti kultury, sportu a volnočasových aktivit. S obsahem Komunikační strategie je Klub podrobně seznámen a zavazuje se své závazky dle této smlouvy realizovat způsobem vedoucím k naplnění cílů Komunikační strategie.

3. Klub prohlašuje, že je jakožto účastník 1. české fotbalové ligy výhradním majitelem práv umožňujících poskytnutí reklamních a propagačních plnění sjednaných touto smlouvou a je oprávněn tato plnění v plném rozsahu a exkluzivně poskytovat.

II. Poskytnutí reklamních ploch

1. Poskytnutí reklamní plochy zahrnuje poskytnutí plochy k propagaci SMZ v rámci ploch či objektů na fotbalovém stadionu Letná ve Zlíně, na hráčských dresech, na movitých či dalších nemovitých věcech ve vlastnictví nebo užívání Klubu, včetně klubových internetových stránek (webu) (dále jen „**reklamní plocha**“). Reklamní plocha bude takto poskytována k reklamním účelům SMZ, tedy k propagaci jeho a umístění reklamního či propagačního značení SMZ na konkrétní dohodnuté místo. Podrobnosti stanoví příloha č. 1 této smlouvy.
Podrobná specifikace reklamních ploch je obsažena v příloze smlouvy.
2. Nestanoví-li tato smlouva jinak, návrh a výrobu reklamního či propagačního značení k umístění na reklamní ploše zajišťuje SMZ a předá je Klubu k umístění na příslušné reklamní ploše. Pokud se jedná o umístění reklamního či propagačního značení v rámci reklamní plochy, která nese reklamní značení či sdělení Klubu či jiného subjektu (například propagační předměty Klubu, reklamní sdělení Klubu), předá SMZ Klubu pouze návrh reklamního či propagačního značení SMZ a výrobu samotného nosiče zajišťuje na své náklady Klub (SMZ se na těchto nákladech nepodílí).
3. SMZ je oprávněn užívat dohodnuté reklamní plochy k vlastním reklamním účelům, tj. k propagaci své činnosti. Grafické provedení musí splňovat základní etická a estetická kritéria, rovněž nesmí být v rozporu s platnými právními předpisy.
4. Klub není oprávněn zahrnovat reklamní či propagačního značení SMZ ani jeho jiné označení do propagačních či reklamních sdělení jiných subjektů bez předchozího souhlasu SMZ. Klub se rovněž zavazuje, že umístění reklamního či propagačního značení SMZ nebude narušeno způsobem, který by byl v rozporu s cíli Komunikační strategie (např. umístěním reklamních sdělení třetích stran jiných subjektů, jejichž obsah či zaměření by mohl poškodit či znevážit dobré jméno města a jeho image).
2. SMZ není oprávněn bez písemného souhlasu Klubu propagovat na reklamních plochách jiný subjekt nebo výrobek, s výjimkou organizací ovládaných SMZ a jejich činnosti.
3. V případě poškození či jiné vady reklamní plochy a/nebo reklamního označení je Klub povinen zajistit na vlastní náklady nápravu. Klub je povinen nápravu zajistit bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 10 dnů od nahlášení vady ze strany SMZ.
4. V případě, že SMZ nebude moci reklamní plochu řádně využívat po dobu delší než 14 dnů, má právo požadovat poměrné snížení ceny za dobu, po kterou nebyla reklamní a propagační činnost řádně poskytována, a vrácení příslušné části ceny.

II a.

Schvalování a kontrola plnění

1. Klub je povinen před zahájením plnění předložit pověřeným zástupcům SMZ [redacted] podobu a umístění loga SMZ nebo jiného propagačního sdělení ke schválení vždy nejméně 10 (deset) kalendářních dnů před jejich zamýšlenou realizací na jednotlivých reklamních plochách a komunikačních kanálech. Dále je Klub povinen předložit SMZ podobu realizovaného plnění včetně příslušné fotodokumentace, popřípadě audio či videodokumentace 30. 6. 2026 a 31. 12. 2026.
2. Zjistí-li SMZ, že plnění neodpovídá smluvním požadavkům, je Klub povinen provést nápravu bezodkladně a na vlastní náklady. Neprovede-li Klub nápravu v přiměřené lhůtě stanovené SMZ, považuje se takové jednání za hrubé porušení smlouvy, které zakládá právo SMZ odstoupit od smlouvy; tím není dotčeno právo SMZ domáhat se náhrady škody ani jiných práv vyplývajících ze smlouvy nebo obecně závazných právních předpisů.

III.

Reklamní a propagační činnosti v médiích

1. Klub se zavazuje poskytnout SMZ prostor pro jeho propagaci formou reklamních či propagačních sdělení v tištěných médiích, televizním a rozhlasovém vysílání ve spojení s prezentací Klubu a profesionální kopané ve Zlíně (dále jen „**prezentace v médiích**“), a to minimálně v rozsahu stanoveném v příloze této smlouvy.
2. Obsah reklamního či propagačního sdělení dodá Klubu pro tento účel na vlastní náklady SMZ. Umístění sdělení zajišťuje na své náklady Klub. Klub je povinen informovat SMZ o připravované prezentaci v médiích v předstihu, který objektivně umožňuje dodání reklamního či propagačního sdělení ze strany SMZ.
3. Skutečně provedený rozsah prezentace v médiích je Klub povinen evidovat a na žádost SMZ doložit, v případě nesplnění této povinnosti nebude cena v rozsahu nedoloženého plnění hrazena.
4. Klub se zavazuje, že prezentace v médiích nebude narušena způsobem, který by byl v rozporu s cíli Komunikační strategie (např. umístěním prezentace SMZ v rámci reklamních sdělení, jejichž obsah či zaměření by mohl poškodit či znevážit dobré jméno města a jeho image). Klub zároveň bere na vědomí, že v souladu s cíli Komunikační strategie je cílem města prezentovat občanům své aktivity spočívající v podpoře občanů a subjektů působících na území SMZ. Obsah reklamního či propagačního sdělení v tomto ohledu dodá SMZ, nicméně Klub se zavazuje svou činností a vystupováním tento záměr SMZ podporovat a nečinít kroky, které by byly v rozporu s výše uvedeným cílem města.
5. Klub je v plné míře odpovědný za to, že umístěním prezentace v médiích nebudou porušeny jeho závazky vůči třetím stranám ani práva třetích stran.

IV.

Další reklamní a propagační aktivity

1. Další reklamní a propagační aktivity zahrnují propagaci SMZ v rámci tzv. „online package“ kdy bude město propagováno v souvislosti s prezentací Klubu a profesionální kopanou ve Zlíně v médiích, na internetu a sociálních sítí formou PR sdělení způsobem, který je popsán v příloze 1 této smlouvy a který bude stranami průběžně dotvářen na základě pokynů SMZ v souladu s cíli Komunikační strategie. Klub a osoby s ním spojené (včetně hráčů) se budou aktivně podílet na budování pozitivního image SMZ v souladu s Komunikační strategií.
2. Podrobnosti týkající se dalších reklamních a propagačních aktivit jsou popsány v příloze této smlouvy.
3. Klub je v plné míře odpovědný za to, že umístěním prezentace v médiích nebudou porušeny jeho závazky vůči třetím stranám ani práva třetích stran. Klub se rovněž zavazuje, že prezentace SMZ dle toho článku IV smlouvy nebude realizována způsobem, který by byl v rozporu s cíli Komunikační strategie (např. umístěním prezentace SMZ způsobem, který by mohl poškodit či znevážit dobré jméno města a jeho image). Ustanovení článku III. 4 věty druhé a třetí zde platí obdobně.

V.

Doba trvání a možnost ukončení smlouvy

1. Smluvní strany se dohodly, že tato smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to ode dne účinnosti této smlouvy do 31. prosince 2026.
2. Klub je oprávněn od této smlouvy odstoupit v případě, že:
 - a) SMZ užívá reklamní plochy v rozporu s ustanoveními této smlouvy;
 - b) SMZ je o více než jeden měsíc v prodlení s úhradou faktur vystavených Klubem;
 - c) dojde k jinému podstatnému porušení povinností stanovených v této smlouvě a SMZ nezjedná ani po písemné výzvě v přiměřené lhůtě nápravu.
3. SMZ je oprávněn od této smlouvy odstoupit, jestliže:
 - a) reklamní plocha se stala nezpůsobilou ke sjednanému účelu a klub neodstranil ve lhůtě 10 dnů od vyzvání závady bránící jejímu využívání dle účelu vymezeného touto smlouvou;
 - b) Klub přestane provozovat sportovní činnost, tj. profesionální kopanou na celostátní úrovni nebo přestane být účastníkem první fotbalové ligy;
 - c) dojde k jinému podstatnému porušení povinností stanovených v této smlouvě a Klub nesjedná ani po písemné výzvě v přiměřené lhůtě nápravu.
4. Právní účinky odstoupení do smlouvy nastávají dnem doručení písemného odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně a rovněž k tomuto dni se smlouva ruší. SMZ je však povinen uhradit Klubu poměrnou část ceny za řádně realizovanou reklamní a propagační činnost provedenou Klubem, a to za období do dne doručení odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně.

VI.

Cena a platební podmínky

1. Za reklamní a propagační činnost provedenou a zajištěnou klubem byla dohodnuta smluvní cena ve výši: 10.000.000,- Kč + DPH (slovy: deset milionů korun českých + DPH), která je splatná na základě

faktury, obsahující všechny náležitosti daňového dokladu v souladu se zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty (dále jen „zákon o DPH“), následovně:

- i. částka ve výši 5.000.000,- Kč + DPH je splatná na základě faktury (daňového dokladu) vystavené Klubem do 15 dnů od účinnosti této smlouvy, se splatností do 15 dnů ode dne doručení faktury SMZ, za datum uskutečnění zdanitelného plnění dle ust. § 21 zákona o DPH je považován den účinnosti této smlouvy,
- ii. částka ve výši 5.000.000,- Kč + DPH je splatná na základě faktury (daňového dokladu) vystavené Klubem ke dni 15. 7. 2026, se splatností nejpozději do 15. 8. 2026 a doručené SMZ do 7 dnů ode dne vystavení. Za datum uskutečnění zdanitelného plnění dle ust. § 21 zákona o DPH je považován den 15. 7.2026.

2. SMZ neposkytuje zálohy.

3. Pokud rozsah reklamního plnění přesáhne minimální rozsah stanovený touto smlouvou, nedochází k navýšení ceny příslušných plnění. Pokud nebude minimální rozsah dodržen (tím, že nedojde k realizaci některé z položek, nebo tato nebude plněna v celém stanoveném minimálním rozsahu), bude cena za příslušné plnění odpovídajícím (aliquótním) způsobem snížena. Ustanovení o snížení ceny se nepoužije, pokud minimální rozsah plnění nebude dodržen z důvodů na straně SMZ.
4. Platba bude uskutečněna formou převodu finančních prostředků na účet Klubu uvedený ve smlouvě. Termínem úhrady se rozumí den odepsání finančních prostředků z účtu SMZ.
5. V případě, že SMZ bude v prodlení se zaplacením smluvní ceny uvedené v čl. IV. odst. 1 této smlouvy, sjednávají si smluvní strany, že SMZ bude povinen zaplatit Klubu vedle dlužné částky rovněž smluvní pokutu ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodlení.

VII.

Závěrečná ustanovení

1. Smluvní strany se zavazují postupovat při plnění této Smlouvy v souladu s platnou právní úpravou, a to zejména se zákonem o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů v platném znění a nařízením EU 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů.
2. Smluvní strany se dále dohodly, že všechny majetkové spory vzniklé mezi nimi z právních vztahů založených touto smlouvou nebo v souvislosti s ní budou rozhodovány místně příslušným soudem.
3. Smluvní stran souhlasí s uveřejněním této smlouvy v registru smluv podle ustanovení zákona č. 340/2015 Sb. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem zveřejnění této smlouvy v registru smluv podle ustanovení zákona č. 340/2015 Sb.
4. Tuto smlouvu lze měnit či doplnit pouze písemnými dodatky podepsanými oprávněnými zástupci obou smluvních stran.
5. Obě smluvní strany prohlašují, že si smlouvu řádně přečetly, že je projevem jejich svobodné vůle a jako takovou ji podepisují.

Příloha č. 1 Vizualizace a Kvantifikace (kalkulační model) reklamního plnění 2026

Ve Zlině dne 23.1.2026

[Redacted signature]

Za Klub

[Redacted name]
předseda představenstva

Ve Zlině dne 23.1.2026

[Redacted signature]

Za SMZ

[Redacted name]
náměstkyně primátora



Schválení uzavření smlouvy

Doložka dle § 41 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích:

Schváleno orgánem obce: Rada města Zlína

Datum a číslo jednací: 5.1.2026, č.j. 80/1R/2026

Schválení finančních prostředků:

Doložka dle § 41 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích

Schváleno orgánem obce: Zastupitelstvo města Zlína

Datum a číslo jednací: 11.12.2025, č. j. 2/23Z/2025, schválení rozpočtu SMZ na rok 2026

KVANTIFIKACE REKLAMNÍHO PLNĚNÍ FC ZLÍN PRO MĚSTO ZLÍN - "JARO 2026" (1.1. - 30.6.2026)

TYP PLNĚNÍ	ROZMĚR	UMÍSTĚNÍ	OBR.	POZNÁMKY	CENA
1. BANNER STATICKÝ	4 x 1 m	U rohového praporeku mezi východní a severní tribunou.	1.	1 ks. V detailním záběru TV. Statické bannery jsou pravidelně zachycovány v tv přenosích z domácích utkání. Díky své poloze v záběrech kamer přitahují město Zlín opakovanou prezentací během celé sezóny.	123 967
2. BANNER STATICKÝ	4 x 1 m	Uprostřed hřiště nad logem hlavního partnera ligy pod východní tribunou.	2.	1 ks. V detailním záběru TV. Banner uprostřed u travnaté plochy nad logem generálního sponzora Chance ligy.	165 289
3. BANNER STATICKÝ	6 x 2,4 m	Nad severní tribunou.	3.	1 ks. V záběru TV mezi hlavními partnery klubu.	247 934
4. BANNER STATICKÝ	8 x 1 m	Nad jižní tribunou.	4.	1 ks. V záběru TV jako MĚSTO ZLÍN. JEDINÝ TÝM (vlastní SMZ 4 ks a FC ZLÍN 5 ks).	165 289
5. LED PERIMETR SVĚTELNÝ	100 x 2,5 m	Naproti hlavní tribuně	5.	Po celé délce hrací plochy, v záběru TV (opakovaně v detailních záběrech TV). LED panel je v provozu během zápasu, po i v poločasě zápasu. Spoty v délce 10 vteřin nebo 15 vteřin, možno měnit i v průběhu sezóny v celkové délce 600 vteřin na utkání. Lze využít až v 19 soutěžních zápasech. Zajišťuje vysokou a opakovanou viditelnost během každého domácího utkání. Zajišťuje propagaci v živých přenosích i highlight sestřích.	1 264 917
6. ONLINE PACKAGE		Web klubu FC Zlín (logo u výsledku utkání, úvodní reklamní banner - intro, branding webu)	6a. 6b. 6c.	Intro - logo města Zlín při spuštění stránek klubu. Frekvence zobrazení - celkem po dobu 5 týdnů za 1/2 roku. Branding web - s prokladem na webové stránky města. Spot za předzápasovými (preview) a pozápasovými rozhovory hráčů a ženů realizačního týmu. Obsah spotu dle vzájemného odsouhlasení v délce 15 vteřin. Web stránky FCZ včetně všech komunikačních kanálů, Youtube, Instagram.	508 843
7. LED TABULE SVĚTELNÉ VÝSLEDKOVÉ	6,4 x 4 m	Mezi východní a severní tribunou a mezi jižní a hlavní tribunou.	7.	2 ks. K dispozici pro reklamní sdělení zadavatele. Reklamní zvukové a obrazové spot sdělení v délce do 45 vteřin. Sloty v opakovaných 3 x před, 2 x v poločasě a 2 x po ukončení utkání. K dispozici i mimo utkání při turnajích a sportovních akcích mládeže. V roce 2026 budou k dispozici 2 ks LED tabulí. Díky živým přenosům, foto a videím z tribuny získává město kontinuitní vizuální přítomnost na stadionu i v obsahu sdíleném fanoušky a médi.	144 628
8. TABULE PARTNERŮ	6 x 1,5 m	Press zóna (u hlavní tribuny). Logo na tabuli umístěno mezi dalšími hlavními partnery.	8.	Zvětšené logo umístěno v záběru TV kamer. Probíhají zde pozápasové tiskové konference s trenéry a vybranými hráči a další významné události klubu (předsezónní brifink aj.). Záběry přebírají nejen tv stanice, ale i online média a sociální sítě. Město tak získává stabilní a opakovanou prezentaci v nejviditelnějších obsahových formátech profesionálního fotbalu.	206 612
9. TABULE PARTNERŮ	2,1 x 1,4 m	Mix zóna (u hlavní tribuny). Logo na tabuli umístěno mezi dalšími hlavními partnery.	9.	Logo umístěno v záběru TV kamer. Probíhají zde pozápasové rozhovory. Každý výstup do tv, sociálních sítí a online médií tak automaticky přináší město opakovanou celostátní viditelnost. Ide o jeden z hodnotných reklamních prostorů v českém sportu díky sledovanosti.	165 289
10. BRAND AMBASADORS			10.	Vybraní hráči pravidelně vystupují jako ambasadoři města v tiskové, audiovizuální a online propagaci na významných akcích města Zlín.	82 643
11. TISKOVINY	60 x 42 cm	Plakát "A" týmu. Kalendář. Vstupenky na utkání.	11a. 11b. 11c.	Logo mezi dalšími hlavními partnery. Logo mezi dalšími hlavními partnery a na dresích hráčů uvnitř kalendáře (záběry z Památníku T. Bati a Bačovy vily). Logo na zadní straně. Každé domácí utkání.	129 707
12. CITYLIGHT VITRINA	10 - 15 cm	V prostoru CLV dle aktuálního rozmístění na plakátu.	12a.	Plocha pro aktuální informace klubu s logem města Zlín (míry 10 x 15 cm). Logo města Zlín bude po dohodě zvětšeno.	99 174
DIGI CITY LIGHT VITRINY	15 x 12 cm	V prostoru digi vitriny dle aktuálního rozmístění.	12b.	Plocha pro aktuální informace klubu s logem města Zlín (míry 15 x 12 cm). Logo města Zlín bude po dohodě zvětšeno. Digi city light vitriny představují vysoce viditelný formát propagace města a klubu. Umístění na nejfrekventovanějších lokalitách významně posiluje vnímání města jako klíčového partnera klubu.	99 174
13. MOBILNÍ REKLAMA	180 x 70 cm 213 x 42 cm	Klubový autobus - 2 pozice.	13.	Logo města Zlín s freťovou reklamou města Zlín. Umístění po dobu trvání smlouvy, bus využíván i k chvilkovým výjezdům v ČR a zahraničí. Rozměry 180 x 70 cm (zadní strana) a 213 x 42 cm (boční strana). V rámci venkovních utkání je bus pravidelně zabírán v živých přenosích Oneplay při příjezdu na stadion hostitele.	390 289
14. DRES "A" TÝMU	11 x 8 cm	Levé rameno. Logo v maximální velikosti dle prostoru.	14.	Umístění loga na dresích z domácím i venkovním utkáním, viditelné ve všech detailních TV záběrech (vysoká četnost), pouze pro významné partnery po dobu trvání smlouvy. Město se objevuje ve veškerém videoobsahu na Oneplay, klubových sítích, médiích i v tvorbě influencerů. Hodnotná forma prezentace přímo na sportovních, reprezentující město v celé ČR.	702 479
15. PROPAGACE FOTBALOVÝCH PŘENOSŮ		Live vysílání na Oneplay v Chance lize (dále jen CHL).	15.	Oneplay je jednou z nepoužívanějších digitálních TV v Česku nabízející mimo jiné i velký počet fotbalových přenosů nad 1. fotbalovou ligu (Chance ligu). Všechny zápasy CHL jsou vysílány živě. Lze si je pustit v TV, mobilu i PC. Každý zápas se pak vysílá v několika opakováních. Díky multidimenzí lze vidět všechny live přenosy svého klubu. Hracími dny jsou pátek až neděle v možnosti předehrávek (dohrávek) dle programu českých týmů v evropských pohárových soutěžích. Také se hraje již ve třech různých časech, což umožní tv divákům sledovat živě více zápasů bez nutnosti mezi nimi přepínat. Tyto živé přenosy přitahují město celostátní viditelnost. Logo města se tak dostává k desítkám tisíc diváků v tv, mobilních zařízeních a pc. Velmi hodnotná forma propagace.	503 764

CELKEM

5 000 000

(Čísly jsou uvedeny bez DPH)



KVANTIFIKACE REKLAMNÍHO PLNĚNÍ FC ZLÍN PRO MĚSTO ZLÍN - "PODZIM 2026" (1.7. - 31.12.2026)

TYP PLNĚNÍ	ROZMĚR	UMÍSTĚNÍ	OBJ.	POUŽITÍ	CENA
1. BANNER STATICKÝ	4 x 1 m	U rohového praporečnického stánku východní a severní tribuny	1.	2 ks. V detailním záběru TV. Statické bannerové pozadí pravidelně zachycované v tv přenosích z domácích utkání. Díky své poloze v zábracích kamer přehledně měří Zlín opakovanou prezentací během celé sezóny.	123 967
2. BANNER STATICKÝ	4 x 1 m	Vpravené Město nad logem hlavního partnera ligy pod východní tribunu	2.	1 ks. V detailním záběru TV	165 289
3. BANNER STATICKÝ	6 x 2,4 m	Nad severní tribunu	3.	1 ks. V záběru TV mezi hlavními partnery klubu	247 934
4. BANNER STATICKÝ	6 x 3 m	Nad jižní tribunu	4.	1 ks. V záběru TV jako MĚSTO ZLÍN. JEDEN TÝM vyhláší 5 ks a FC Zlín 5 ks	165 289
5. LED PERIMETR SVĚTELNÝ	100 x 1,5 m	Nad hlavní tribunu	5.	Po celé délce hrací plochy, v záběru TV (zobrazované v detailních záběrech TV). LED panel je v provozu během zápasu, po i v poločasě zápasu. Spoty v délce 10 vteřin nebo 15 vteřin, možno měnit i v průběhu sezóny v celkové délce 600 vteřin. Spoty v délce 10 vteřin nebo 15 vteřin, možno měnit i v průběhu sezóny v celkové délce 600 vteřin na utkání. Na utkání. Lze využít až v 39 soutěžních zápasech. Zajišťuje vysokou a opakovanou viditelnost během každého domácího utkání. Zajišťuje propagaci v živých přenoscích i highlight sestřích	1 204 517
6. ONLINE PACKAGE		Web klubu FC Zlín (loga u výhledu utkání, úvodní reklamní banner - intro, branding webu)	6a. 6b. 6c.	6a. Intro - logo města Zlín při spuštění stránek klubu. Frekvence zobrazení - celkem po dobu 5 týdnů ze 1/2 roku. 6b. Branding webu - s prokládkou na webové stránky města. 6c. Spot za předpasovými (převlék) a po předpasovými rozhovory hráčů a členů realizačního týmu. Obsah spotu dle vzájemného dohodnutí v délce 15 vteřin. Web stránky FCZ včetně všech komunikačních kanálů: Youtube, Instagram	500 643
7. LED TABULE SVĚTELNÉ VÝSLEDKOVÉ	6,4 x 4 m	Mezi východní a severní tribunu a mezi jižní a hlavní tribunu	7.	2 ks. 8. dispoziční pro reklamní sdělení zadavatele. Reklamní zvukové a obrazové spot sdělení v délce do 45 vteřin. Spoty v opakovaných: 3 x před, 2 x v poločasě a 2 x po ukončení utkání. K dispozici i mimo utkání při turnajích a sportovních akcích mládeže. V roce 2026 budou k dispozici 2 ks LED tabulí. Díky živým přenosům, foto a videu z tribuny získává město kontinuitu vizuální přítomnosti na stadionu i v obsahu sdělením fanoušků a médií	144 628
8. TABULE PARTNERŮ	6 x 1,5 m	Press zóna (u hlavní tribuny)	8.	Zvolené logo umístěné v záběru TV kamer. Probíhají zde předpasové tiskové konference s trenéry a výpravou hráčů a další významné události klubu (předzápasní briefing aj.). Záběry přebíhají nejen tv stanice, ale i různé média a sociální sítě. Město tak získává stabilní a opakovanou prezentaci s neoddělitelnými obsahovými formálními profesionálního fotbalu	206 632
9. TABULE PARTNERŮ	2,3 x 1,4 m	Max zóna (u hlavní tribuny)	9.	Logo umístěné v záběru TV kamer. Probíhají zde předpasové rozhovory. Každý výstup do tv, sociálních sítí a online médií tak automaticky přináší město opakovanou celostátní viditelnost. Ide o užitek z hodnotných reklamních prostorů v čerstvém sportu díky sledovanosti	165 289
10. BRAND AMBASADORS			10.	Výstava hráčů pravidelně vystupují jako ambasadoři města v tiskové, audiovizuální a online propagaci na významných akcích města Zlín	82 643
11. TISKOVINY	60 x 42 cm	Plakát "A" týmu	11a. 11b. 11c.	11a. Logo města Zlín dalšími hlavními partnery. 11b. Logo města Zlín dalšími hlavními partnery a na dresích hráčů uvnitř kalendáře (záběry z Památkou 1. l. Bati a Batičky vlny). 11c. Logo města Zlín na zadní straně každé domácí utkání	128 707
12. CITYLIGHT VITRINA	10 - 15 cm	V prostoru (TV) dle aktuálního rozmístění na plakátu	12a.	Plocha pro aktuální informace klubu s logem města Zlín (min 10 x 15 cm). Logo města Zlín bude po dohodě zveřejněno. Umístění na přední straně po dobu trvání smlouvy.	99 134
DIGI CITY LIGHT VITRINY	15 x 12 cm	V prostoru digi vitriny dle aktuálního rozmístění	12b.	Plocha pro aktuální informace klubu s logem města Zlín (min 15 x 12 cm). Logo města Zlín bude po dohodě zveřejněno. Digi city light vitriny přebíhají výsokou viditelnou formou propagace města a klubu. Umístění na nejlépe viditelných místech v rámci stadionu	99 134
13. MOBILNÍ REKLAMA	180 x 70 cm 213 x 42 cm	Klubový autobus - 2 police	13.	Logo města Zlín s testováním reklamou města Zlín. Umístění po dobu trvání smlouvy, bus vyřazen i k ověřením výhledem v ČR a zahraničí. Rozměry 180 x 70 cm (zadní strana) a 213 x 42 cm (boční strana). V rámci venkovních utkání je bus pravidelně vybírán v živých přenoscích Onesplay při příjezdu na stadion hostitele	300 289
14. DRES "A" TÝMU	13 x 6 cm	Levé rameno, logo v maximální velikosti dle prostoru	14.	Umístění loga na dresích i domácích i venkovních utkání, viditelné ve všech detailních TV záběrech (včetně číselníku). Pouze pro významné partnery po dobu trvání smlouvy. Město se objevuje ve všech detailních TV záběrech (včetně číselníku). Také se objevuje v mnoha různých časech, což umožní tv divákům sledovat živě více zápasů bez nutnosti mezi nimi přepínat. Tyto živé přenosy přinášejí městu celostátní viditelnost. Logo města se tak dostává k desítkám tisíc diváků v tv, mobilních zařízeních a pc. Velmi hodnotná forma propagace	702 479
15. PROPAGACE FOTBALOVÝCH PŘENOSŮ		Lze využít na Onesplay v Chance live (dále jen CHL)	15.	Onesplay je jednou z nejpopulárnějších digitálních tv a Českou nabízejí mnoho jiných i velký počet fotbalových přenosů na živé i fotbalové lize (Chance live). Všechny zápasové CHL jsou vysoké kvality. Lze si je pustit v TV, mobilu i PC. Každý zápas se pak vysílá v několika opakováních. Díky multimedialitě lze vidět všechny live přenosy svého klubu. Hrací dny jsou pět až neděle a možnosti předehrávek (dohrávek) dle programu českých týmů v evropských pohárových soutěžích. Také se objevuje v mnoha různých časech, což umožní tv divákům sledovat živě více zápasů bez nutnosti mezi nimi přepínat. Tyto živé přenosy přinášejí městu celostátní viditelnost. Logo města se tak dostává k desítkám tisíc diváků v tv, mobilních zařízeních a pc. Velmi hodnotná forma propagace	503 764

CELKEM

5 000 000

Kč (cena bez DPH)





PROPAGACE STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍNA

VE SPOJENÍ S
PROFESIONÁLNÍM
FOTBALEM

PROPAGACE STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍNA VE SPOJENÍ S PROFESIONÁLNÍM FOTBALEM



Propojení statutárního města Zlín a FC Zlín nadále vysílá pozitivní signál směrem k občanům našeho města, a to nejen v oblasti sportovní.

FC Zlín, klub s profesionální licenci, který po devíti letech působení v nejvyšší fotbalové soutěži České republiky sestoupil do druhé ligy, se již po roce dokázal vrátit zpět mezi elitu – do 1. fotbalové ligy (Chance ligy, CHNL). Účast ve druhé nejvyšší soutěži nijak neoslabilu podporu fanoušků ani partnerů klubu. Právě jejich trvalá podpora, společně s majitelem klubu, umožnila suverénní návrat do nejvyšší soutěže. Tento úspěch se výrazně promítl i do zvýšeného zájmu o prvoligovou sezónu 2025/2026. Došlo k růstu počtu prodaných permanentních vstupenek, k nárůstu počtu sponzorů, k postupnému vylepšování infrastruktury stadionu a k celkovému posílení pozitivní atmosféry, která rezonovala celým městem. Průměrná domácí návštěvnost se výrazně zvýšila a v žádném z utkání neklesla pod 3 815 diváků. Fanoušci navíc pravidelně jezdí podporovat tým i na venkovní zápasy.

Mediální propagace Chance ligy zaznamenala oproti předchozí sezóně významný posun, a to především díky navýšení počtu televizně vysílaných utkání. Všechny zápasy CHL jsou přenášeny televizní stanicí Oneplay, kde mohou diváci sledovat nejen přímé přenosy, ale také opakované záznamy v následujících dnech. Každé utkání je zároveň doprovázeno studiovým programem s odbornými hosty, který nabízí analýzy před zápasem, v jeho průběhu i po jeho skončení. Přímé přenosy jsou dále dostupné prostřednictvím většiny sázkových kanceláří (Chance, Tipsport, Betano, Fortuna aj.), což významně rozšiřuje mediální zásah a viditelnost klubu i města Zlína.

PROPAGACE STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍNA VE
SPOJENÍ S PROFESIONÁLNÍM FOTBALEM



Mediální prostor věnovaný nejvyšší fotbalové soutěži je v současné době velmi široký a FC Zlín je v něm dlouhodobě viditelným aktérem. Každé pondělí je vysílán pořad TIKI TAKA, zaměřený na analýzu kompletního ligového kola, ve kterém se během podzimní části sezóny opakovaně objevili i naši hráči.

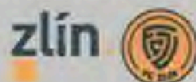
Součástí mediální nabídky jsou také další populární pořady věnující se českému fotbalu – například Liga naruby (oblíbená fotbalové talk show), Fortuna Baráž (komplexní rozbor ligového dění) nebo Kudy běží zaji (analytická ligová debata). Každý pátek je navíc vysílán souhrn nejdůležitějších novinek z ligového prostředí a pravidelně vycházejí i fotbalové podcasty, které komentují výsledky, plynácejí odborné postřehy a odhalují zajímavosti ze zákulisí profesionálního fotbalu. Ve všech těchto formátech se opakovaně objevili i hráči nebo lidé z managementu FC Zlín.

Významný prostor dostává také pořad Chance Liga Highlights, který každou sobotu uzavírá odehraná utkání formou rozborů, tiskových konferencí, pozápasových ohlasů a rozhovorů. Páteční pořad Kickoff televizní stanice Oneplay nabízí před každým ligovým kolem ucelený přehled novinek a aktualit. V rozhlasovém vysílání pak zaujímá důležité místo pořad Desítka Pavla Horvátha na Radiožurnálu Sport, v němž se nedávno představil i náš kapitán Tomáš Poznar.

Neméně významnou roli v propagaci statutárního města Zlína hraje aktivní a strategická komunikace FC Zlín na sociálních sítích a digitálních platformách. Moderní forma prezentace klubu přesahuje rámec stadionu, televizních přenosů i tištěných médií – a právě digitální kanály představují jeden z neúčinnějších nástrojů pro oslovení široké veřejnosti.

Veškeré videoobsahy, fotografie a grafické materiály, na nichž je zobrazeno logo města Zlína, stadion Letná či jiné vizuální prvky statutárního města, jsou pravidelně publikovány na oficiálních kanálech FC Zlín. Tyto výstupy generují značný dosah: oslovují desítky tisíc sledujících napříč platformami, zejména na Instagramu, Facebooku, YouTube a síti X. Další viditelnost obsahu je umocněna vysokou mírou sdílení ze strany fanoušků, médií i partnerských organizací, což multiplikaci zvyšuje propagaci města.

PROPAGACE STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍNA VE
SPOJENÍ S PROFESIONÁLNÍM FOTBALEM



Co se naopak nemění, je dlouhodobá priorita klubu neustále optimalizovat náklady a celkové hospodaření. Řádné a odpovědné nakládání s finančními prostředky zůstává zásadním pilířem fungování FC Zlín. **Prakticky každý soutěžní ročník vstupujeme do ligy s jedním z nejnižších rozpočtů v porovnání s ostatními účastníky** (s výjimkou období působení ve druhé lize), přesto se klubu daří fungovat efektivně a konkurenceschopně.

Nemění se ani silná a stabilní podpora jednoho z našich nejvýznamnějších partnerů – statutárního města Zlína, vlastníka stadionu Letná. V jeho gesci, ve spolupráci se společností STEZA, nadále probíhají postupné opravy, modernizace a technické úpravy stadionu. Tyto investice zlepšují infrastrukturu nejen pro hráče a členy klubu, ale především pro fanoušky, tedy občany našeho města.

Pokračující rozvoj zázemí je zásadní také z hlediska plnění stále přísnějších licenčních požadavků Fotbalové asociace České republiky (FAČR), a to jak v oblasti materiálně-technického vybavení stadionu, tak i zázemí klubu. Důležitou roli hraje také zajištění kvalitní komunikace, standardů mobility a komfortu pro partnery, delegace i zahraniční návštěvy.

Jame přesvědčení, že společnou komunikační strategií vysíláme směrem k občanům města jasný a pozitivní signál. Pevně věříme, že budeme i nadále pokračovat v propagaci statutárního města Zlína v propojení s profesionálním fotbalem – a to prostřednictvím odpovědné prezentace, reklamních aktivit, mediální viditelnosti a partnerské spolupráce.

Ve Zlíně dne 24.11.2025

1. Banner statický

Rozměr: 4 x 1 m

Umístění:

U rohového praporeku mezi východní a severní tribunou.

Statické bannery jsou pravidelně zachycovány v televizních přenosích z domácích utkání. Díky své poloze v záběrech hlavních kamer přinášejí městu Zlín jistotu a opakovanou prezentaci během celé sezony.

Cena: 123 967 Kč



2. Banner statický

Rozměr: 4 x 1 m

Umístění:

Uprostřed hřiště nad logem hlavního partnera ligy pod východní tribunou.

Během každého domácího zápasu bannery sledují tisíce diváků přímo na stadionu. Umístění na hlavních tribunách zajišťuje městu Zlín stálou fyzickou přítomnost před zraky fanoušků i partnerů klubu.

Cena: 165 289 Kč



3. Banner statický

➤ Rozměr: 6 x 2,4 m

➤ Umístění: Nad severní tribunou

➤ Cena: 247 934 Kč



4. Banner statický

➤ Rozměr: 8 x 1 m

➤ Umístění:

Nad jižní tribunou. Díky této reklamě je město Zlín viditelné i v online článkách, výsledkových shmutích a fotogaleriích napříč celou republikou.

➤ Cena: 165 289 Kč



5. LED perimeter světelný

➤ Rozměr: 100 x 1,5 m

➤ Umístění:

LED perimeter umístěný naproti hlavní tribuně zajišťuje městu Zlín vysokou a opakovanou viditelnost během každého domácího utkání. Díky své poloze je v přímém záběru TV kamer, fotoaparátů i videl sdílených fanoušky a médií. Jde o jeden z nejatraktivnějších reklamních prostorů na stadionu, který městu přináší výraznou propagaci v živých přenoscích a highlight sestřizích.

➤ Cena: 1 264 917 Kč



detail



6a. Online package

➤ Umístění:

Web. stránky klubu FCZ

Logo města Zlín se zobrazí jako úvodní intro při načtení klubových stránek. Frekvence zobrazení: 5 týdnů během půl roku. Jedná se o vysoce atraktivní vizuální umístění, protože zasahuje každého uživatele webu už při vstupu.

➤ Cena Online package: 508 843 Kč



6b. Online package

Umístění:

Web. stránky klubu FC Zlín

Branding web - s proklikem na webové stránky města.

Cena
Online package:
508 843 Kč



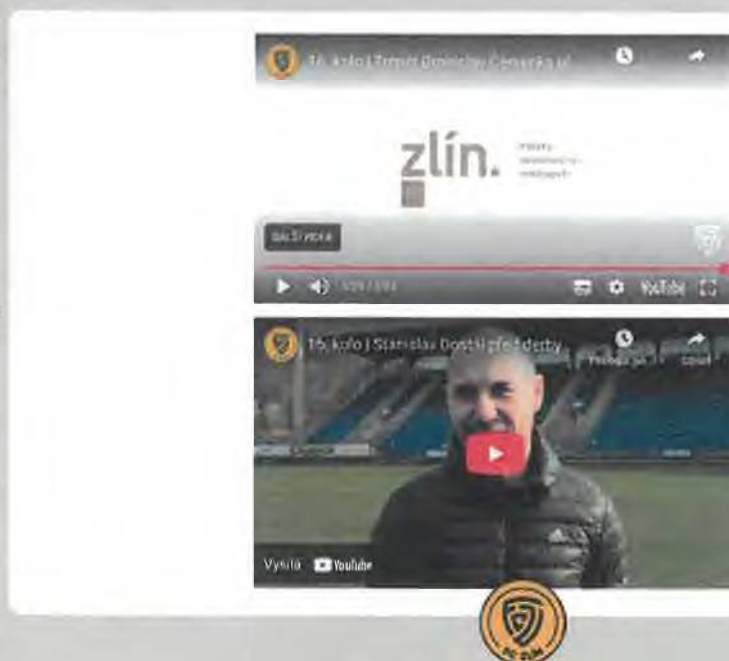
6c. Online package

Umístění, zobrazení:

Web. stránky klubu FCZ, včetně všech komunikačních kanálů: Youtube, Instagram, Facebook, sít X, atd.)

Spot za předzápasovými (preview) a pozápasovými rozhovory hráčů a členů realizačního týmu. Obsah spotu dle vzájemného odsouhlasení v délce 15 vteřin.

Cena
Online package:
508 843 Kč



7. LED tabule světelné výsledkové

Rozměr: 6,4 x 4 m

Umístění: Mezi východní a severní tribunou a mezi jižní a hlavní tribunou. V roce 2026 budou k dispozici 2 ks LED tabulí.

Cena: 144 628 Kč



Logo města Zlín je pravidelně zobrazováno na světelné LED tabuli během každého domácího utkání. Díky živým přenosům, fotkám a videím z tribuny získává město kontinuální vizuální přítomnost na stadionu i v obsahu sdíleném fanoušky a médií.

8. Tabule partnerů (presszóna)

Rozměr: 6 x 1,5 m

Umístění:

V press zóně na hlavní tribuně je umístěno zvětšené logo města Zlín, které je v přímém záběru televizních kamer při tiskových konferencích, předsezonních brifingech a dalších významných událostech klubu. Tyto záběry přebírají nejen TV stanice, ale i online média a sociální sítě. Město tak získává stabilní a opakovanou prezentaci v nejdůležitějších obsahových formátech profesionálního fotbalu.

Cena: 206 612 Kč



9. Tabule partnerů (mixzona)

➤ Rozměr: 2,1 x 1,4 m

➤ Umístění:

Logo města Zlín je umístěno přímo v mix zóně u hlavní tribuny, v místě všech pozápasových rozhovorů. Každý výstup do TV, sociálních sítí a online médií tak automaticky přináší městu opakovanou celostátní viditelnost. Jedná se o jeden z nejhodnotnějších reklamních prostorů v českém sportu, protože záběry z mix zóny sledují tisíce fanoušků po každém utkání.

➤ Cena: 165 289 Kč



10. Brand ambassador

➤ Umístění:

Vybraní hráči pravidelně vystupují jako ambasadoři města Zlín v tiskové, audiovizuální i online propagaci. Jejich účast na významných městských akcích – jako je Filmový festival Zlín apod. Přináší městu silnou publicitu, autentický obsah a propojení s širokou veřejností. Město tak získává viditelnost skrze sportovní osobnosti, které lidé sledují, respektují a spojují se zlínským regionem.

➤ Cena: 82 645 Kč



11a. Tiskoviny

➤ Rozměr: 69 x 42 cm

➤ Umístění:

Logo města mezi hlavními partnery na oficiálním plakátu hráčů, distribuovaném fanouškům i partnerům.

➤ Cena balíčku:
129 707 Kč



11b. Tiskoviny

➤ Umístění:

Nástěnný kalendář 2026

Hráči A-týmu v dresech s logem SMZ, focení v ikonických beřovských lokalitách spojených se Zlínem. Kalendář bude distribuován fanouškům i partnerům.

➤ Cena balíčku:
129 707 Kč



11c. Tiskoviny

Umístění:

Logo města Zlín je umístěno na zadní straně každé vstupenky – viditelné při každém domácím zápase.

Cena balíčku:

129 707 Kč



12a. City light vitríny

Umístění:

5x CLV vitríny

Rozměr: 10x15 cm

Centrum Zlín a jeho městské části.

Logo SMZ dle aktuálního rozmístění plakátů. Měsíční aktualizace.

Cena: 99 174 Kč



12b. Digi city light

Umístění:

5x digitální vitríny v centru Zlína, nákupní centra Čepkov, Zlaté jablko, atd.

Rozměr: 15 x 12 cm

Digitální citylight, vitríny v centru města představují výsoce viditelný formát propagace FC Zlín i jeho partnerů. Moderní LED plochy a neustálou rotací obsahu zajišťují silné pokrytí chodců, automobilové dopravy i turistů. Získávají opakovaný zásah přímo v nejfrekventovanějších lokalitách, což významně posiluje vnímání města jako klíčového partnera klubu.

Cena: 99 174 Kč



13. Mobilní reklama

Umístění:

Klubový autobus
2 pozice | (180 x 70 cm | 213 x 42 cm)

Klubový autobus nese logo a textovou reklamu města Zlín, viditelnou při každém výjezdu týmu v ČR i zahraničí. V rámci venkovních utkání je autobus pravidelně zabírán v přímých přenosech Oneplay při příjezdu na stadion hostitele, což zajišťuje městu další hodnotnou a opakovanou mediální prezentaci.

Cena: 390 289 Kč



14. Dres A týmu

Umístění:

Logo města Zlín je umístěno na levém rameni dresu A-týmu v maximální možné velikosti (11x8 cm). Je viditelné ve všech detailních TV záběrech, sestřizích, highlight videích i fotografiích. Město se tak objevuje ve veškerém videoc obsahu na Oneplay, klubových sítech, médiích i v tvorbě influencerů. Jde o jednu z nejhodnotnějších forem prezentace – přímo na sportovních, kteří reprezentují město v celé republice.

Cena: 702 479 Kč



15. Propagace fotbalových přenosů

Umístění:

Živé televizní přenosy Šance Ligy přinášejí městu Zlín výraznou celostátní viditelnost. Všechny zápasy jsou živě vysílány na Oneplay a několikrát opakovány, díky čemuž jsou městský stadion i reklamní plochy Zlína vidět v každém utkání. Logo města se tak dostává k desítkám tisíc diváků v TV, mobilech i PC. To představuje jednu z nejhodnotnějších forem propagace, kterou může sport městu nabídnout.

Cena: 503 764 Kč





Sociální sítě

Sociální sítě dnes představují jeden z nejzásadnějších komunikačních kanálů FC Zlín. Každý příspěvek, video či příběh dokáže zasáhnout desítky tisíc fanoušků a obyvatel města, a tím posilovat povědomí o značce i našich partnerech. Díky vysokému dosahu a aktivní komunitě je prezentace města Zlín na klubových sociálních sítích efektivním nástrojem, který výrazně podporuje jeho viditelnost, reputaci a propojení s místními lidmi. Digitální platformy tak umožňují městu stát se přirozenou součástí každodenního dění fanoušků a veřejnosti.



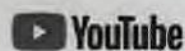
@fc_zlin



FC Zlín



FC Zlín



FC ZLÍN | ŠEVCI TV



FC ZLÍN

Kvantifikace reklamního plnění FC ZLÍN pro Statutární město Zlín

Období jaro | podzim 2026

(1.1. - 30.6. 2026 | 1.7. - 31.12. 2026)



"Síla je v partnerství, společně tvoříme Zlín."



FC ZLÍN

Kvantifikace reklamního plnění FC
ZLÍN pro Statutární město Zlín

Období jaro | podzim 2026
(1.1. - 30.6. 2026 | 1.7. - 31.12. 2026)