

**Pääsarjoissa pelaavien salolaisten joukkueiden markkinointiyhteistyömalli 2020-2021**

2457/02.05.01.04/2017

Kaupunginhallitus 31.08.2020 § 315

Valmistelija: viestinnän suunnittelija Eija Laitinen 044 778 2153,  
eija.laitinen@salo.fi

Kaupunginhallitus on hyväksynyt 23.10.2017 § 163 pääsarjoissa pelaavien salolaisten joukkueiden markkinointiyhteistyömallin. On sovittu, että pääsarjoissa pelaavien salolaisten joukkueiden markkinointiyhteistyösopimuksia koskevat linjaukset tuodaan vuosittain kaupunginhallituksen tarkasteltavaksi.

Salolaiset pääsarjoissa pelaavat joukkueet ja heidän kannattajansa ovat keskeisiä positiivisen kaupunkikuvan rakentajia. Pelaajat ovat myös esikuvia. Salo tunnetaan kansallisesti ja kansainvälisestikin urheilu- ja erityisesti sisäpalloilukaupunkina LP Viestin ja Vilpas Vikingsin ansiosta. Viime keväänä Salo sai uuden pääsarjajoukkueen. Tulevana kautena 2020 – 2021 salolainen FC Halikon naisten futsaljoukkue pelaa SM-liigassa. Alla kuvattu markkinointiyhteistyömalli koskee aikuisten SM-tason huippu-urheilutoimintaa seuroissa.

**Pääsarja:**

- Kaupungin maksama markkinointiyhteistyötuki kaudella 2020 - 2021  
Vilpas Vikings 15 000,00 € / kausi  
LP Viesti 15 000,00 € / kausi  
FC Futsal Halikko 5000,00 € / kausi

- Otteluisännöisyys 2 500,00 € / peli. Kauden aikana kaupungilla on yksi otteluisännöisyys runkosarjassa ja yksi mahdollisissa play offs -peleissä. Kaupungilla on etuoikeus ratkaisevien loppuotteluiden otteluisännöyksiin. Edellä mainittu tuki sisältää kaikki otteluisännöyden kulut (mm. lehti-ilmoitukset). Tuki ei sisällä parhaiden pelaajien palkintoja. Kaupunki vastaa niistä.

- SM-liigan osalta joukkueelle maksettava tuki on maksimissaan siis 20 000,00 € / kausi

- Kaupunki ei myönnä samana kautena muuta rahallista markkinointiyhteistyötukea joukkueelle (esim. koululaispelit, ilmoitukset urheilujulkaisuissa)

**Kansainväliset ottelut:**

- Kaupungin maksama markkinointiyhteistyötuki kansainvälisissä otteluissa 1000,00 € / ottelu

- Tuki sisältää kaupungin otteluisännöyden (yksi) sekä kaikki siihen liittyvät kulut mm. lehti-ilmoituksen

- Tuki ei sisällä parhaiden pelaajien palkintoja. Kaupunki vastaa näistä. Samoin kaupunki huolehtii kaupungin tervehdyksestä vieraspelaajille

Kaupungin kanssa solmittavan markkinointiyhteistyösopimuksen ehdot pääsarjajoukkueilla:

- Kotipeliasu / mainos kaikilla pelaajilla
- Vieraspeliasu / mainos kaikilla pelaajilla
- Laitamainos kotiotteluissa
- Kuulutusmainos kotiotteluissa
- Joukkueen verkkosivuilla kaupungin logo, josta linkitys osoitteeseen [www.visitsalo.fi](http://www.visitsalo.fi)
- Kaupungin logo joukkueen painotuotteissa, esim. otteluohjelmissa ja kotiotteluiden mainoksissa
- Lattiamainos kotiotteluissa, jos Salo-hallin keskiympyrä peitetään
- Sähköiset mainokset (jos käytössä) kotiotteluissa/ sisältää pääsarjan sekä kansainvälisen tason ottelut
- Mainostilaa kotiotteluiden striimausten alkuun
- Valokuvia markkinointikäyttöön (huomioitava tietosuoja-asetus). Valokuvat toimitetaan viestinnän suunnittelija Eija Laitiselle kuukauden sisällä kauden päättymisestä.
- Otteluisännyydet
- Vapaaliput. Yhteen otteluisännyyteen sisältyy viisi VIP-tason vapaalippua. Muut mahdolliset vapaaliput toimitetaan viestinnän suunnittelija Eija Laitiselle. Vapaaliput ohjataan Salon kaupungin henkilökunnan käyttöön. Joukkueet voivat itse määrittää Salon kaupungille annettavien tavallisten vapaalippujen määrän.
- Pelaajien käyttö kaupungin markkinoinnissa ja tapahtumissa (esim. lajiesittelyt, blogit / vlogit, nostot Salon markkinointisivuille, koululaistapahtumat)
- Pelikauden päätyttyä joukkue toimittaa kaupungille seurantaraportin joukkueen näkyvyydestä sekä yhteistyösopimuksesta saaduista kokemuksista. Raportti on edellytyksenä uuden sopimuksen tekemiselle. Seurantaraporttimalli löytyy kaupungin verkkosivuilta tai sen voi pyytää viestinnän suunnittelija Eija Laitiselta. Lisäksi joukkueiden tulee toimittaa tulevan kauden toimintasuunnitelma sekä viimeksi vahvistetut tilinpäätöstiedot.
- Pääsarjajoukkueiden markkinoinnin tulee olla kaupungin näkyvyyden kannalta samalla tasolla. Tällä tarkoitetaan näkyvyyttä pelipaikalla, otteluisännyydessä, sosiaalisessa mediassa, verkkosivuilla sekä printtimainonnassa.

Kun joukkue sijoittuu pääsarjan/ kansainvälisen tason otteluissa sijoille 1., 2. tai 3., Salon kaupunki järjestää mitalikahvituksen. Kahvituksen ajankohta sovitaan joukkueen edustajan ja viestinnän suunnittelija Eija Laitisen toimesta.

Lisäksi Salon kaupunki huomioi joukkueen menestyksen kaupungin palkitsemisohjeen mukaisesti.

Pääsarjoissa pelaavien salolaisten joukkueiden markkinointiyhteistyösopimuksia koskevat linjaukset tuodaan vuosittain kaupunginhallituksen tarkasteltavaksi. Tarkastelun jälkeen joukkueiden markkinointiyhteistyösopimukset tuodaan erillisinä asioina kaupunginhallituksen päätettäväksi.

Seurantaraporttimalli on esityslistan liitteenä.

Markkinointiyhteistyömallin kustannuksiin on varauduttu kaudelle 2020 - 2021. Määräraha on budjetoitu viestinnän ja markkinoinnin kustannuspaikalle 1831 toiminnolle 1033.

Edellä kuvattu pääsarjajoukkueiden markkinointiyhteistyömalli on ollut käytössä vuodesta 2017 alkaen, jolloin pääsarjatasolla pelasi kaksi joukkuetta. Alkavalle kaudelle 2020 – 2021 malliin lisättiin FC Futsal Halikko. FC Futsal Halikon muita pääsarjajoukkueita pienempi osuus perustuu lajin tunnettuuteen, medianäkyvyyteen sekä muiden suomalaisten kaupunkien myöntämien markkinointitukien määrään. Tuki on linjassa myös Salon kaupungin muiden markkinointiyhteistyötukien kanssa.

On mahdollista, että tulevina kausina pääsarjatasolle nousee lisää salolaisia joukkueita. Kaudesta 2021 – 2022 alkaen markkinointiyhteistyömalli sitoutetaan entistä vahvemmin joukkueen medianäkyvyyteen, lajin harrastajamäärään sekä Suomessa että kansainvälisellä tasolla, seuran brändin tunnettuuteen sekä otteluiden katsojamääriin. Uuden markkinointiyhteistyömallin valmistelu aloitetaan tammikuussa 2021 yhteistyössä nykyisten pääsarjatason joukkueiden eli LP Viestin, Vilpas Vikingsin ja FC Futsal Halikon edustajien kanssa.

Vt. kaupunginjohtaja:

Kaupunginhallitus päättää hyväksyä edellä esitetyn markkinointiyhteistyömallin. Toteutettua mallia noudatetaan talousarviossa hyväksytyjen määrärahojen puitteissa.

Päätös:

Kaupunginhallitus hyväksyi päätösehdotuksen.