

Pääsarjoissa pelaavien salolaisten joukkueiden markkinointiyhteistyömalli 2022–2023

Kaupunginhallitus 23.05.2022 § 196
2969/02.05.01.04/2022

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.

Kauden 2021–2022 pääsarjoissa pelaavien salolaisten joukkueiden markkinointiyhteistyömalli käsiteltiin kaupunginhallituksen kokouksessa 13.09.2021 § 57.

Salolaiset pääsarjoissa pelaavat joukkueet ja heidän kannattajansa ovat keskeisiä positiivisen kaupunkikuvan rakentajia. Pelaajat ovat myös esikuvia. Salo tunnetaan kansallisesti ja kansainvälisestikin urheilu- ja sisäpalloilukaupunkina LP Viestin, Vilpas Vikingsin sekä FC Halikko futsalin ansiosta.

Alla kuvattu markkinointiyhteistyömalli koskee aikuisten SM-tason huippu-urheilutoimintaa seuroissa.

Pääsarja:

- Kaupungin maksama markkinointiyhteistyötuki kaudella 2022–2023
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 otteluisännöisyysiin. (Kaupunki ei maksa ratkaisevasta loppuottelusta erillistä korvausta, vaan otteluisännöisyys kuuluu sopimukseen.) 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. Edellä mainittu tuki maksetaan sekä koti- että vieraspeleistä.

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

- Tuki ei sisällä parhaiden pelaajien palkintoja. Kaupunki vastaa niistä. 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
- Kaupungin logo joukkueen painotuotteissa, esim. otteluohjelmissa ja kotiotteluiden mainoksissa
- Lattiamainos kotiotteluissa, jos Salo-hallin keskiympyrä peitetään
- Sähköiset mainokset kotiotteluissa/ sisältää pääsarjan sekä kansainvälisen tason ottelut (mikäli seuralla on kansainvälisen tason otteluissa oikeus veloitusetta mainospaikkoihin)
- Mainostilaa kotiotteluiden striimausten/ tv-lähetysten alkuun
- Valokuvia markkinointikäyttöön (huomioitava tietosuoja-asetus). Valokuvat toimitetaan viestinnän suunnittelija Eija Laitiselle kuukauden sisällä kauden päättymisestä
- Otteluisännyydet ja vapaaliput. Otteluisännyyteen sisältyy 10 vapaalippua. Nämä vapaaliput annetaan kaupungin edustajina otteluun osallistuvien käyttöön. Jos isännöitävässä ottelussa järjestetään VIP-tason ohjelmaa, isännyyteen sisältyy viisi VIP-tason vapaalippua. Edellä mainitut VIP-liput annetaan kaupungin edustajina otteluun osallistuvien käyttöön. Muut mahdolliset vapaaliput toimitetaan viestinnän suunnittelija Eija Laitiselle. Vapaaliput ohjataan Salon kaupungin henkilökunnan käyttöön. Joukkueet voivat itse määrittellä Salon kaupungin henkilökunnalle annettavien tavallisten vapaalippujen määrän
- Joukkue ja sen pelaajat sitoutuvat pitämään Saloa esillä kotimaisen ja kansainvälisen median haastatteluissa sekä eri sosiaalisen median kanavissaan. Joukkueen tulee käyttää mm. kotiotteluiden yhteydessä seuraavia tägäyksiä: @salonkaupunki ja @visitsalo (IG, FB, TW) ja hästägejä: #SalonKaupunki #SuositellenSaloa #VisitSalo #IhastuSaloon (IG, TW)
- Joukkue ja/tai osa sen pelaajista osallistuu kaupunkimarkkinoinnin eri toimenpiteisiin (mm. videot ja tapahtumat). Toteutus aikatauluineen sovitaan hyvissä ajoin joukkueiden kanssa
- 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.

Salolaiset SM-liigajoukkueet ovat omalta osaltaan hyväksyneet edellä kuvatun markkinointiyhteistyömallin sekä seurantaraporttimallin. Viestinnän suunnittelija on pyytänyt joukkueiden edustajilta kommentit 12.5.2022 mennessä.

Markkinointiyhteistyömallin kustannuksiin on varauduttu kaudelle 2022–2023. Määräraha on budjetoitu viestinnän ja markkinoinnin kustannuspaikalle 1831 toiminnolle 1033.

Edellä kuvattu pääsarjajoukkueiden markkinointiyhteistyömalli on ollut käytössä vuodesta 2017 alkaen. Tulevan kauden ehtoihin ei esitetä merkittäviä muutoksia mm. koronaviruksen joukkueille aiheuttamien taloudellisten haasteiden vuoksi.

Esittelijä	Vt. Kaupunginjohtaja
Päätösehdotus	Kaupunginhallitus päättää hyväksyä edellä esitetyn markkinointiyhteistyömallin. Toteutettua mallia noudatetaan talousarviossa hyväksytyjen määrärahojen puitteissa.
Päätös	Leena Ahonen-Ojala poistui esteellisenä (puoliso asianosaisen hallituksen puheenjohtaja). Kaupunginhallitus hyväksyi päätösehdotuksen.
Tiedoksianto	Valmistelija Liikuntapalveluiden tiedotussihteeri FC Halikko Futsal Vilpas Vikings LP Viesti