

Udhëzues për Kategorizimin dhe Procedurën e Përzgjedhjes së Sponsorëve të Federatës Shqiptare të Futbollit

I. HYRJE

1. Federata Shqiptare e Futbollit, në zbatim të objektivave statutorë, ka për qëllim të zhvillojë, promovojë, organizojë, drejtojë, kontrollojë dhe vëzhgojë aktivitetet sportive në nivel kombëtar në sportin e futbollit në territorin e Republikës së Shqipërisë, në përputhje me Ligjin, Statutin, rregulloret dhe direktivat e adoptuar nga FIFA dhe UEFA.
2. Për arritjen e këtyre qëllimeve në zbatim të Nenit 3/2, pika "S" e statutit, FSHF mund të sigurojë asistencë, sponsorizime, donacione nga burime të ndryshme brenda dhe jashtë vendit.
3. Me anë të këtyre procedurave, qëllimi i Federatës është që të përforcojë imazhin e vet si institucion, atë të ekipeve kombëtare dhe të anëtarëve të sajë duke vlerësuar drejtë dhe në mënyrë objektive çdo raport financiar dhe marketingu në lidhje me sponsorët dhe bashkëpunëtorët.

II. QËLLIMI I RREGULLORES

4. Ky dokument është hartuar me qëllimin strukturimin dhe mirepërcaktimin e procesit të përzgjedhjes së sponsorëve të Federatës Shqiptare të Futbollit.
5. Ky material, përmban hapat që ndiqen, analizat që kryhen, dhe përgjegjësitë përkatëse për kategorizimin dhe përzgjedhjen e sponsorëve të FSHF.
6. Ky dokument i strukturon procedurat që duhet të ndjekë Sekretariati i Përgjithshëm i FSHF për të implementuar sic duhet kontrollet e brendshme për përcaktimin e marrdhënieve të sponsorizimit, dhe shërben si një guide për gjithë proceset mbështetëse të lidhura me këtë proces.

III. KATEGORIZIMI I SPONSORËVE DHE KRITERET E PËRZGJEDHJES

7. Me qëllim maksimalizimin e benefiteve financiare dhe materiale, FSHF, për efekt referimi i kategorizon sponsorët e sajë në të paktën pesë kategori, si vijon:
 - a. Sponsor Gjeneral
 - b. Sponsor Teknik
 - c. Diamond Sponsor
 - d. Gold Sponsor
 - e. Furnizues Zyrtar (Supplier)
8. Emërtimet e mësipërme janë orientues dhe Dept. Marketingut mund të vendosë emërtime me natyrë komerciale ose të krijojë kategori të reja sipas nevojave të FSHF.
9. Emërtimi "Sponsor" mund të zëvendësohet dhe është i barazvlefshëm me emërtimin "Partner"

10. Kategorizimi i sponsorëve bëhet bazuar mbi parimin e maksimalizimit të përfitimeve të Federatës Shqiptare të Futbollit. Dept. Marketingut sigurohet të krijojë një raport të përshtatshëm midis të ardhurave financiare të siguruara dhe përfitimeve në rritjen e imazhit të FSHF dhe sportit të futbollit në përgjithësi.
11. Pavarësisht sa më sipër, përdoren referencat vijuese për kategorizimin e sponsorëve
 - a. Sponsor Gjeneral miniumumi 400.000 eur/sezoni + përfitime marketingu
 - b. Sponsor Teknik miniumumi 300.000 eur /sezoni + përfitime marketingu
 - c. Diamond Sponsor miniumumi 200.000 eur /sezoni + përfitime marketingu
 - d. Gold Sponsor miniumumi 75.000 eur /sezoni + përfitime marketingu
 - e. Furnizues zyrtar (Supplier) miniumumi 15.000 eur /sezoni + furnizime në produkte
12. Si rregull, sponsor gjeneral dhe teknik mund të jetë vetëm një subjekt. Sponsor gjeneral, duhet të jetë një kompani me emër të mirë kombëtar dhe/ose ndërkombëtar imazhi i të cilës komplementon atë të FSHF. Përveç sa më sipër, sponsor gjeneral duhet të ketë një xhiro vjetore mbi 6,000,000,000 Lek/Vit si dhe të ketë një buxhet minimal të dedikuar për marketingun prej 2% të xhiros vjetore.
13. Si rregull, në kategoritë Diamond dhe Gold përfshihen sponsor nga çdo industri e identifikuar duke përfshirë por pa u kufizuar në: Banka të Nivelit të Dytë, Hidrokarbure, Telekomunikacion, Kompani Sigurimi e ri-sigurimi, Kompani Nderimi, Kompani Prodhimi, *Retailer*, Teknologji, Automobile, Pije Alkoolike, Pije jo-alkoolike, Shërbime Shëndetësore etj.
14. Si rregull, në kategoritë e furnizuesve, përfshihen subjekte të cilat ofrojnë shërbime apo produkte që i shërbejnë drejtpërdrejtë aktivitetit të FSHF duke përfshirë por pa u kufizuar në Kompani Transporti, Agjenci Udhëtimi, Kanceleri, Hoteleri, Ushqimore etj.
15. Pavarësisht nga sa më sipër, FSHF mund të aplikojë formula mikse bashkëpunimi mes sponsorizimit dhe furnizimit.

IV. PROCEDURA E PËRQASJES NDAJ TREGUT DHE FORMALIZIMI

A. Parimet e Marrdhënieve me Sponsorët

16. FSHF realizon studime tregu për identifikimin e sponsorëve të mundshëm për secilën kategori duke hartuar një plan benefitesh të ndërsjellta.
17. Pa paragjykuar procesin e përjasjes ndaj tregut, në kuadër të besnikërisë ndaj partnerëve, si rregull FSHF i jep prioritet sponsorëve aktual duke i dhënë të drejtën e “barazimit të ofertës”.
18. FSHF bën përpjekje për të ravijëzuar fushatën e gjetjes së sponsorëve në periudha 4 vjetore të cilat fillojnë si rregull, pas asamblesë së zakonshme zgjedhore.
19. FSHF angazhohet të mbrojë dhe ruajë interesat e sponsorëve duke monitoruar vazhdimisht tregun nga operatorë që çenojnë interesat e tyre.

B. Procedura e Përqasjes

20. Me përfundimin e kontratës apo kontratave me sponsorët, pranë sekretariatit të përgjithshëm ngrihet një grup pune i përbërë nga:
- Një anëtar i Komitetit Ekzekutiv
 - Sekretari i Përgjithshëm
 - Drejtori i Dept.Marektingut
 - Drejtori i Dept.Ligjor
 - Drejtori i Dept.Financës
21. Grupi i punës harton një raport mbi mbarëvajtjen e kontratave aktuale të sponsorizimit dhe vlerëson interesin e sponsorëve aktual për rinovim ose jo. Më tej, për secilën kategori, FSHF procedon në dy hapa:
- a. Faza e prezantimeve, e cila ka për qëllim prezantimet e paketave të sponsorizimeve ndaj kompanive të ndryshme në treg të kategorizuara sipas sektorëve të industrive. Prezantimet e paketave mund të bëhen me takime të drejtpërdrejta, duke dërguar prezantimet e përgatitura nëpërmjet postës elektronike apo në forma të tjera në varësi të rrethanave. Kjo fazë do të zgjasë 30 ditë për çdo sektor, në varësi të skadencës së kontratave paraekzistuese.
 - b. Faza e njoftimit publik, gjatë të cilës FSHF njofton në website të gjithë subjektet e fushës për të shfaqur interes lidhur me sponsorizimin e FSHF duke targetuar përshtatshmërinë e tyre me kategorinë përkatëse. Procesi i mbledhjes së kërkesave për interes, zgjat jo më shumë se 30 ditë nga data e publikimit. Gjatë kësaj periudhe, grupi i punës mund të zhvillojë takime apo negociata për parimet e bashkëpunimit.
22. Pa paragjykuar procesin, në rast se nga një palë e interesuar konkurrencte me një sponsor aktual ofertohej një vlerë financiare më e lartë se e sponsorit të FSHF, në kuadër të besnikërisë ndaj parterëve, grupi i punës mund t'i japë të drejtën sponsorit aktual të barazojë ose ngrejë ofertën e palës së interesuar.
23. Në përfundim të afatit 30 ditor, grupi i punës harton një raport të detajuar lidhur me subjektet e interesuara, përfitimet financiare dhe tregtare, kushtet eventuale të kontratës dhe impaktin që ato mund të kenë në imazhin e FSHF. Raporti me rekomandimet përkatëse i përcillet Komitetit Ekzekutiv për vendimarrje.
24. Komiteti Ekzekutiv, pasi diskuton në tërësi procesin dhe subjektet e interesuara, vendos t'i miratojë ato duke autorizuar, si rregull, Sekretarin e Përgjithshëm për nënshkrimin e tyre. Për sponsorin gjeneral apo teknik, Komiteti Ekzekutiv mund të autorizojë Presidentin e FSHF për të nënshkruar. Në çdo rast, Grupi i Punës harton një draft "letër angazhimi" për t'u nënshkruar në raste ceremoniale nga presidenti i FSHF.
25. Komiteti Ekzekutiv, për ofertimet identike ose të ngjashme, mund të autorizojë Grupin e Punës për të hyrë në negociata të drejtpërdrejta me qëllim maksimalizimin e përfitimeve.

V. RASTE PERJASHTIMORE

26. Për rastet e subjekteve që vetëoftohen për të sponsorizuar në çdo kategori, Grupi i Punës përpilon një Raport dhe ja përcjell Komitetit Ekzekutiv për vendimarrje.

VI. MONITORIMI

27. Pas nënshkrimit të kontratës së sponsorizimit Grupi i Punës mbikqyr mbarëvajtjen e marrdhënies me sponsorin duke u siguruar në radhë të parë që FSHF të përmbushë detyrimet karshi tyre.
28. Dept.Financës njofton Dept.Marketingut dhe Dept.Ligjor për rastet e mospërmbushjes nga sponsorët dhe në konsultë me Sekretarin e Përgjithshëm vendosin për hapat e nevojshëm që duhen ndjekur. Grupi i Punës duhet të kryejë të gjitha përpjekjet për normalizimin e marrdhënies përpara se të ndërmerren hapa ligjorë.

VII. HYRJA NE FUQI

29. Ky udhëzues u miratua nga Komiteti Ekzekutiv i FSHF në mbledhjen e datës 01.06.2020 dhe hyn në fuqi me 01.09.2020.
30. Ngarkohet Sekretariati i Përgjithshëm për zbatimin e tij.

ANEKS NR.1
LETËR ANGAZHIMI

Në Tiranë sot më _____ nënshkruat kjo letër angazhimi midis palëve të mëposhtme:

- I. **Federata Shqiptare e Futbollit**, person juridik shqiptar regjistruar me vendimin nr.9 date 31.07.2001 të Gjykatës së Rrethit Gjyqësor Tiranë, me seli në Tiranë, Rruga “Liman Kaba”, Njesia Administrative Nr.,5, “Shtëpia e Futbollit”, përfaqësuar nga z. Armand DUKA me cilesine e Presidentit të FSHF këtu e në vijim referuar si **“FSHF”**;

dhe

- II. _____, person juridik shqiptar me NUIS _____ me seli në _____, Rruga _____, e përfaqësuar nga z. _____ në cilësinë e administratorit, këtu e në vijim referuar si **“Sponsori”**;

Palët e mësipërme angazhohen të bashkëpunojnë mes tyre për një periudhë ___ vjecare duke nënshkruar mes t një kontratë sponsorizimi sipas kushteve të negociuara paraprakisht.

Palët pasi e lexuan, kuptuan përmbajtjen dhe e pranuan, me vullnet të lirë e nënshkruajnë atë.

FSHF
Presidenti

“ _____ ”
Administratori
