

# FINANSOWANIE LOKALNYCH KLUBÓW SPORTOWYCH

RAPORT 2021



KONFEDERACJA  
INICJATYW  
POZARZĄDOWYCH  
RZECZYPOSPOLITEJ



Program Rozwoju  
Organizacji  
Obywatelskich  
na lata 2018–2030

PROO



IUS ET SPORT  
STOWARZYSZENIE  
PRAWA SPORTOWEGO



# SPIS TREŚCI

**1. FINANSOWANIE SPORTOWE (TOMASZ KAPICA, MICHAŁ LISZKA)**

**STRONA 2**

**2. FINANSOWANIE ZE ŚRODKÓW PRYWATNYCH (PIOTR IWAŃCZYK)**

**STRONA 38**

**3. FINANSOWANIE ZE ŚRODKÓW PUBLICZNYCH (KAMIL RYBIKOWSKI)**

**STRONA 58**



# 1. FINANSOWANIE SPORTOWE

*Michał Liszka, Tomasz Kapica*

Podstawą i głównym przedmiotem działalności każdego klubu piłkarskiego jest działalność czysto sportowa. Dobre wyniki zespołu, ale też i wyróżniający się system szkolenia juniorów, w ogromnej mierze wpływają bezpośrednio na klubowe finanse, m.in. poprzez podpisywane umowy sponsorskie, czy też większą przychylność władz samorządowych. Z samego jednak boiska kluby mogą pozyskać znaczące środki finansowe. Możemy tu w szczególności wyróżnić:

- a) dokonywane transfery pieniężne – zarówno definitywne jak i czasowe (wypożyczenia) – wyróżniających się lub młodych zawodników do innych klubów piłkarskich;
- b) środki pozyskiwane z ustanowionych przez władze piłkarskie mechanizmów wspierania szkolenia młodych piłkarzy.

W ramach przygotowanego raportu poniżej przedstawiliśmy najważniejsze informacje dotyczące obu wskazanych wyżej potencjalnych źródeł finansowania, koncentrując się jednak w szczególności na ustanowionych w przepisach zarówno Międzynarodowej Federacji Piłki Nożnej (*Fédération Internationale de Football Association*, dalej jako „FIFA”) oraz Polskiego Związku Piłki Nożnej („PZPN”) instytucjach wspierania i wynagradzania szkolenia. Należą do nich:

- a) Training Compensation;
- b) Solidarity Contribution;
- c) Ekwiwalent za wyszkolenie zawodnika;
- d) Pro Junior System.

Linki do aktów prawnych będących podstawą uzyskania środków z poszczególnych mechanizmów finansowania zostały zamieszczone w Załączniku.



# TRANSFERY PIŁKARSKIE

Pierwszym skojarzeniem przychodzącym na myśl wielu kibicom piłkarskim po usłyszeniu hasła „finanse klubowe” są transfery piłkarskie, tj. zmiany przynależności klubowych zawodników piłkarskich. Co pół roku, w trakcie tak zwanych „okienek transferowych”, czyli okresów, w których kluby mogą rejestrować pozyskiwanych zawodników, media prześcigają się w publikowaniu najświeższych informacji z popularnego *mercato* o potencjalnych ruchach na rynku. Obok nazwisk piłkarzy i nazw zainteresowanych klubów przewijają się przede wszystkim kwoty transferowe będące na stołach negocjacyjnych, a następnie już w samych podpisywanych umowach. Zgodnie z danymi opublikowanymi przez FIFA w raporcie *Ten years of international transfers. A report on international football transfers worldwide 2011-2020*<sup>1</sup>, łączna suma kwot przeznaczanych na wydatki transferowe na całym świecie urosła od kwoty 2,85 mld. USD w roku 2011, aż do kwoty 7,35 mld. USD w roku 2019<sup>2</sup>.

W terminologii prawa sportowego transfer jest przeniesieniem praw do rejestracji zawodnika na nowy klub, na podstawie zawartej między klubem odstępującym a klubem pozyskującym umowy transferowej<sup>3</sup>. Umowa taka może przybrać charakter zarówno umowy nieodpłatnej, jak i odpłatnej, w której to nowy klub zawodnika zobowiązuje się zapłacić na rzecz klubu przenoszącego prawa określoną sumę, zwaną inaczej ekwiwalentem transferowym. Samo przejście zawodnika może mieć charakter definitywny, ale też i czasowy (tzw. „wypożyczenie”), w trakcie którego zawodnik przechodzi do innego klubu jedynie na uzgodniony przez obie strony umowy okres, często przy zastrzeżeniu jednocześnie możliwości albo pierwszeństwa do nabycia jego praw rejestracyjnych w późniejszym czasie przez klub przyjmujący na wypożyczenie.

---

1 Raport FIFA dostępny jest w języku angielskim pod linkiem: [LINK](#).

2 Raport FIFA odnosi się jedynie do transferów międzynarodowych. Kwoty te nie obejmują wydatków ponoszonych na transfery przeprowadzane w ramach jednej federacji.

3 *Poradnik prawny dla klubów i akademii piłkarskich*, przygotowany przez Instytut Prawa Sportowego, s 15.

Ekwiwalent transferowy nie musi być jedynie opłatą jednorazową. Nierzadko uiszczany jest on w ratach płatnych np. co jeden sezon rozgrywkowy. Mogą składać się na niego także różne płatności warunkowe, których wypłacenie na rzecz klubu odstępującego zależne będzie od zaistnienia określonego niepewnego zdarzenia. Przykładem takiego zapisu kontraktowego jest obowiązek uiszczenia uzgodnionej kwoty po rozegraniu przez przechodzącego zawodnika określonej liczby minut w nowym klubie, strzeleniu wskazanej liczby bramek czy powołaniu do seniorskiej reprezentacji narodowej. W przypadku młodych zawodników z dużym potencjałem rozwoju, kluby odstępujące zastrzegają sobie często określoną kwotę lub procent od kolejnego transferu (tzw. *sell on fee*).

Jak ukazują publikowane corocznie raporty firmy Deloitte, polskie kluby piłkarskie zwiększają swoje dochody z tytułu odpłatnego przeniesienia praw rejestracyjnych do swoich zawodników. W sezonie 2020/2021 łączna suma przychodów klubów Ekstraklasy wyniosła 206 000 000 zł, z czego aż 199 400 000 zł zostało wypłacone przez kluby zagraniczne. Najwięcej z całej ligi przypadło Lechowi Poznań (82 800 000 zł), a następnie KGHM Zagłębiu Lubin (26 400 000 zł) oraz Legii Warszawa (24 000 000 zł)<sup>4</sup>. Trend ten nie dotyczy jednak wyłącznie najwyższej klasy rozgrywkowej w Polsce, ponieważ również i w Fortuna 1 Lidze dochody z tytułu transferów piłkarskich wzrosły w porównaniu z rokiem 2019 o ok. 1 800 000 zł. W sezonie 2020/2021, mimo trwającej cały czas epidemii, zanotowała ona rekordową łączną kwotę na poziomie 9 010 000 zł<sup>5</sup>.

---

4 Raport „Piłkarska liga finansowa – sezon 2020/2021” firmy Deloitte za sezon 2020/2021 Ekstraklasy dostępny jest pod linkiem: [LINK](#).

5 Raport „1 Liga finansowa” firmy Deloitte za sezon 2020/2021 Fortuna 1 Liga dostępny jest pod linkiem: [LINK](#).

Sprzedż z nadwyżką praw rejestracyjnych do swoich zawodników stanowi znaczące Źródło finansowania klubu piłkarskiego. Pozyskane w ten sposób Źródki mogą zostać przeznaczone na dalsze inwestycje, w tym rozwój pierwszej drużyny, czy też infrastruktury klubowej. Jest to również bardzo dobry sposób promocji klubowej akademii, która, poprzez sukcesy i kariery swoich wychowanków w profesjonalnej piłce, buduje swoją renomę w Źródowisku piłkarskim. Dobrym tego przykładem jest m.in. Lech Poznań, ale też i chorwacki Dynamo Zagrzeb.

Najważniejsze zagadnienia prawne związane ze zmianą przynależności klubowej zawodnika, w tym opis samej procedury transferowej, zostały opisane i opracowane przez Instytut Prawa Sportowego w przygotowanym Poradniku prawnym dla klubów i akademii piłkarskich. Serdecznie zachęcamy do zapoznania się z poradnikiem bezpłatnie pod linkiem: [LINK](#)



# PRZEPISY FIFA

W ramach *FIFA Regulations on the Status and Transfer of Players*, tj. najważniejszego dokumentu FIFA regulującego status i zmianę przynależności klubowej zawodników, ustanowione zostały dwa mechanizmy, które w swoim zamierzeniu mają wynagradzać klubom przedsięwzięty wysiłek szkoleniowy, mogący nie zostać całkowicie zwrócony wraz z rozwojem zawodnika i jego odejściem do innej drużyny. Mowa tutaj o:

- a) Training Compensation (dalej określane jako „**T.C.**”), a także
- b) Solidarity Contribution (dalej jako „**S.C.**”).

Mimo że przepisy FIFA nakazują klubom pozyskującym uiszczenie kwot należnych tytułem opisywanych mechanizmów do klubów, w których ich nowe nabytki piłkarsko się rozwijały, to praktyka pokazuje, że stosunkowo często do tych płatności nie dochodzi. Z uwagi na uchylanie się klubów kupujących od obowiązku zapłaty, brak świadomości i wiedzy po stronie klubów szkolących, ale też i dosyć krótki okres możliwości sądowego dochodzenia roszczeń przed piłkarskimi organami jurysdykcyjnymi, należne środki nie trafiają ostatecznie do uprawnionych adresatów. Stan ten ma zmienić zapowiadana przez FIFA Clearing House (ang. Izba rozrachunkowa), przez którą mają przechodzić wszelkie transferowe płatności, tym samym dając jej szansę na uprzednie rozdzielanie przysługujących środków tytułem T.C. oraz S.C. zgodnie paszportem zawodnika (ang. *player passport*). Jednak do czasu inauguracji jej prac, kluby powinny szczególnie przyglądać się rozwojowi karier swoich wychowanków, gdyż może się okazać, że przysługują im pokaźne środki finansowe.

# E) TRAINING COMPENSATION

Podstawa prawna:

- ✓ Art. 20 FIFA RSTP oraz Annex 4 FIFA RSTP

## A. CZYM JEST TRAINING COMPENSATION?

T.C. jest pierwszym mechanizmem wspierania szkolenia, który do przepisów FIFA został wprowadzony już w pierwszej edycji FIFA RSTP, w 2001 r. Gwarantuje on częściową rekompensatę środków poniesionych przez klub na wyszkolenie zawodnika, które – jak wskazuje FIFA – ma miejsce od 12 do 23 roku życia piłkarza.

T.C. jest należne do końca roku kalendarzowego, w którym to zawodnik ukończy 23 rok życia, za szkolenie przeprowadzone od 12 do 21 roku, chyba że zostanie wykazane w poszczególnym przypadku, że szkolenie piłkarza zakończyło się wcześniej. Jak zostało podkreślone w komentarzu do FIFA RSTP<sup>6</sup>, ustalenie, czy w odniesieniu do konkretnego zawodnika szkolenie zakończyło się wcześniej, tj. przed 21 rokiem życia, wymaga każdorazowo odrębnej analizy. Fakt taki musi być oczywisty (ang. *evident*), przy czym samo podpisanie przez zawodnika profesjonalnego kontraktu nie będzie o tym automatycznie świadczyło. Wpływ na taką ocenę mogą mieć jednak np. występy młodego zawodnika w pierwszej drużynie klubu, czy powołanie do kadry narodowej seniorów.

Zgodnie z przepisami, po ukończeniu przez zawodnika 23 lat, T.C. już nie będzie wypłacane. Jest to zasadnicza różnica w porównaniu do S.C., które to nie jest ograniczone przekroczeniem określonej bariery wiekowej przez piłkarza.

Institucja ta obejmuje jedynie piłkę nożną mężczyzn i nie dotyczy rozgrywek futsalu, ani też piłki nożnej kobiecej.

---

<sup>6</sup> Zob. Komentarz do przepisów FIFA RSTP s. 285, opublikowany 10 listopada 2021 r. Komentarz dostępny jest pod linkiem: [LINK](#)

## B. JAKIE SĄ WARUNKI UZYSKANIA TRAINING COMPENSATION?

W Aneksie nr 4 FIFA RSTP przedstawione zostały dwa główne warunki uzyskania T.C. Zaistnienie jednego z nich uprawni klub szkolący do ubiegania się o wypłatę środków należnych z mocy przepisów od klubu pozyskującego.

a) zawodnik zostaje po raz pierwszy zarejestrowany jako zawodnik profesjonalny;

Zgodnie z art. 2 ust. 2 FIFA RSTP, zawodnikiem profesjonalnym jest zawodnik, który ma zawartą z klubem piłkarskim pisemną umowę oraz otrzymuje z tytułu uprawiania piłki nożnej lub działalności z nią związanej (ang. *footballing activity*) środki pieniężne przewyższające ponoszone przez niego na tę działalność wydatki

b) zawodnik profesjonalny zmienia przynależność klubową (zarówno w trakcie trwania kontraktu jak i już po jego zakończeniu) do klubu przynależącego do innej federacji piłkarskiej niż klub szkolący.

W przypadku pierwszej przesłanki, tj. pierwszej rejestracji zawodnika jako zawodnika profesjonalnego, uprawnionymi do otrzymania odpowiedniej kwoty tytułem T.C. będą kluby, które uczestniczyły w szkoleniu od 12 do 21 roku życia. Inaczej jednak jest w drugim przypadku: przy transferze zawodnika do klubu z innej federacji, uprawnionym do otrzymania kwoty T.C. będzie jedynie klub odstępujący piłkarza (bezpośrednio poprzedni klub).

Obie przesłanki mają zastosowanie jedynie przy podpisaniu przez zawodnika kontraktu z klubem zagranicznym. Jak wskazuje art. 2 FIFA RSTP, transfery zawodników między klubami należącymi do tej samej federacji, podlegają przepisom wewnętrznym tej federacji. Przepisy te powinny jednak ustanowić określony mechanizm wynagradzania klubów inwestujących w szkolenie młodych piłkarzy. W Polsce takim mechanizmem jest ekwiwalent za wyszkolenie zawodnika, opisany szerzej poniżej.

## **T.C. NIE BĘDZIE JEDNAK NALEŻNE, W SYTUACJI GDY:**

- a) klub domagający się wypłaty T.C. rozwiązał kontrakt z piłkarzem bez uzasadnionej przyczyny (ang. *without just cause*);
- b) zawodnik przenosi się do klubu o kategorii nr 4 (o kategoryzacji niżej);
- c) zawodnik profesjonalny ponownie nabywa status amatora przechodząc do nowego klubu.

### **C. W JAKI SPOSÓB LICZONA JEST NALEŻNA KWOTA?**

Należna tytułem T.C. kwota będzie obliczona na podstawie dokonanej kategoryzacji klubów. Co roku FIFA publikuje okólnik określający kwoty rocznego wyszkolenia zawodnika, które różnią się w zależności od państwa treningu oraz samego klubu. W tym zakresie FIFA wyróżnia cztery możliwe kategorie (I najwyższa, IV najniższa), w ramach których państwowe federacje muszą dokonać kategoryzacji zrzeszonych drużyn. W zależności od poziomu sportowego i szkoleniowego danej federacji, możliwość przyporządkowania do najwyższych kategorii może zostać ograniczona. Ma to miejsce przykładowo w przypadku polskiej federacji, która uprawniona jest do kategoryzacji swoich klubów jedynie w ramach kategorii nr III oraz IV. Aktualna kategoria każdego klubu dostępna jest w systemie FIFA *Transfer Matching System*.

## KOSZT WYSZKOLENIA ZAWODNIKA W ROKU 2021<sup>7</sup>

KONFEDERACJA	KATEGORIA I	KATEGORIA II	KATEGORIA III	KATEGORIA IV
AFC		USD 40 000	USD 10 000	USD 2 000
CAF		USD 30 000	USD 10 000	USD 2 000
CONCACAF		USD 40 000	USD 10 000	USD 2 000
CONMEBOL	USD 50 000	USD 30 000	USD 10 000	USD 2 000
OFC		USD 30 000	USD 10 000	USD 2 000
UEFA	EUR 90 000	EUR 60 000	EUR 30 000	EUR 10 000

Należna kwota jest obliczona proporcjonalnie w stosunku do rzeczywistego okresu szkolenia zawodnika w każdym klubie, liczonego do najbliższego dnia.

- a) Po rozpoznaniu kategorii klubu pozyskującego oraz odstępującego, można przystąpić do wyliczenia należnego ekwiwalentu. Będzie on obliczony na podstawie kategoryzacji klubu pozyskującego zgodnie z zasadą, że jest on zobowiązany ponieść takie kwoty, jakie sam by poniósł, gdyby zawodnik był szkolony w jego klubie oraz liczby lat przeprowadzonego szkolenia.

**KATEGORIA KLUBU POZYSKUJĄCEGO X LICZBA LAT SZKOLENIA**

**=**

**KWOTA NALEŻNEGO TRAINING COMPENSATION**

7

Circular no. 1763 z dnia 1 czerwca 2021 r. dostępny jest w języku angielskim pod: [LINK](#)

Przed przystąpieniem do kalkulacji, należy jednak mieć na uwadze następujące wyjątki:

- b) przy wyliczaniu należnego ekwiwalentu za wyszkolenie zawodnika od jego 12 do 15 roku życia, stosuje się stawkę za szkolenie klubu z IV kategorii;
- c) przy zmianie przynależności klubowej zawodnika z jednej federacji krajowej do innej wewnątrz Unii Europejskiej lub Europejskiego Obszaru Gospodarczego:
  - o przy transferze z klubu niższej kategorii do wyższej, wyliczenie oparte jest na średniej kwocie wyszkolenia obydwu klubów;
  - o w razie transferu z klubu wyższej do niższej kategorii, wyliczenie oparte jest na koszcie wyszkolenia klubu z niższej kategorii;
  - o jeśli poprzedni klub nie zaoferuje nowego kontraktu zawodnikowi, klubowi temu nie przysługuje T.C. chyba że wykaże, że jest uprawniony do takiego ekwiwalentu. Oferta kontraktu powinna zostać dostarczona zawodnikowi przesyłką poleconą (może również wpłynąć elektronicznie za potwierdzeniem odbioru od zawodnika) na co najmniej 60 dni przed wygaśnięciem poprzedniej umowy i musi co najmniej odpowiadać dotychczas obowiązującym warunkom. Brak złożenia oferty przez poprzedni klub zawodnika, nie powoduje utraty prawa do T.C. przez inne kluby szkolące piłkarza.

#### **D. W JAKI SPOSÓB USTALANY JEST OKRES POBYTU ZAWODNIKA W POSZCZEGÓLNYM KLUBIE?**

Przy obliczaniu okresu pobytu w poszczególnym klubie, brany pod uwagę będzie rzeczywisty okres szkolenia zawodnika, tj. w sytuacji jego wypożyczenia do innego klubu, okres ten nie będzie wliczany do czasu łącznego.

Zgodnie z art. 10 ust. 1 FIFA RSTP, w odniesieniu do transferów czasowych zastosowanie mają te same przepisy co do transferów definitywnych, w tym przepisy dot. *training compensation* i *solidarity contribution*.

Powyższe oznacza, że również klub, w którym zawodnik przebywał na wypożyczeniu, będzie mógł domagać się od nowego klubu zawodnika stosownej kwoty tytułem T.C. za okres jego rzeczywistego treningu. Mimo istniejącego sporu w doktrynie i orzecznictwie piłkarskich organów jurysdykcyjnych, klub, który wypożyczał zawodnika, może domagać się odpowiedniej kwoty za szkolenie przeprowadzone także przed momentem wypożyczenia piłkarza do innego klubu, ponieważ transfer czasowy nie przerwie biegu okresu liczonego do T.C.

T.C. nie będzie jednak należne przy samym wypożyczeniu międzynarodowym (klub przyjmujący zawodnika na wypożyczenie nie będzie zobowiązany do zapłaty T.C. na rzecz klubu wypożyczającego), mimo że wszelkie przepisowe przesłanki jego uzyskania mogły zostać spełnione.

## **E. W JAKI SPOSÓB ŚRODKI ZOSTANĄ WYPŁACONE?**

Przepisy FIFA wskazują, że zobowiązaniem do wypłaty T.C. jest nowy klub zawodnika, który powinien wyliczyć właściwą kwotę i dokonać płatności w ciągu 30 dni od dnia rejestracji zawodnika:

- a) przy pierwszym zawarciu nowej umowy do wszystkich klubów, które brały udział w szkoleniu zawodnika od 12 do 21 roku życia zgodnie z paszportem zawodnika;
- b) przy transferze do klubu należącego do innej federacji – jedynie do klubu odstępującego.

Jeżeli w momencie powstania obowiązku zapłaty uprawniony do jej otrzymania klub zaprzestał działalności np. z powodu bankructwa, należna kwota przypada krajowej federacji do której pierwotny klub był zrzeszony. Zobowiązana jest ona przeznaczyć uzyskane środki na programy rozwojowe młodych zawodników.

W listopadzie 2021 r. w polskim środowisku piłkarskim zrobiło się głośno o sprawie Aleksandra Buksy, byłego piłkarza Wisły Kraków, który 1 lipca 2021 r. przeszedł jako wolny zawodnik do włoskiego klubu Genoa CFC. Jak wskazują doniesienia medialne, krakowski klub wytoczył przeciwko klubowi pozyskującemu powództwo o zapłatę należnego T.C. Dochodzona kwota ma sięgać nawet 220 000 €.

W pierwszej instancji, *Dispute Resolution Chamber* przyznała rację Białej Gwiazdzie. Genoa CFC może jednak odwołać się jeszcze od wyroku do Trybunału Arbitrażowego ds. Sportu w Lozannie.

## **F. JAK DOCHODZIĆ TRAINING COMPENSATION OD NOWEGO KLUBU PIŁKARZA?**

Proces uzyskania T.C. można podzielić na 4 główne etapy:

### **I. TRANSFER ZAWODNIKA DO NOWEGO KLUBU**

Jak zostało wskazane powyżej, nowy klub jest zobowiązany wyliczyć i uiścić należną kwotę do 30 dni od dnia rejestracji zawodnika.

### **II. PODJĘCIE PRÓBY KONTAKTU Z KLUBEM I WEZWANIE KLUBU DO ZAPŁATY**

W razie braku płatności w terminie 30 dni od dnia rejestracji zawodnika, poprzedni klub/kluby zawodnika powinny podjąć próbę kontaktu z nowym klubem, w celu polubownego rozwiązania zaistniałej sytuacji i uzyskania przysługujących mu/im środków przed skierowaniem sprawy do postępowania arbitrażowego. Mowa tutaj np. o mailowym kontakcie z przedstawicielami nowego klubu, lub wystosowaniu oficjalnego pisma na adres klubowy, sygnalizującego powstały obowiązek zapłaty oraz wyznaczającego np. 10-dniowy termin na jej dokonanie.

### III. POZEW

Jeżeli próba polubownego rozwiązania sprawy nie przyniesie rezultatu, klub uprawniony może podjąć stosowne kroki prawne tj. wytoczyć powództwo o zapłatę przeciwko nowemu klubowi zawodnika. Pozew o zapłatę T.C. składa się przez system *FIFA TMS* do *Football Tribunal* – nowopowstałego organu arbitrażowego FIFA, który swoją działalność rozpoczął 1 października 2021 r. Sprawy z zakresu T.C. należą do kompetencji *Dispute Resolution Chamber*. Postępowanie prowadzone będzie na podstawie *Procedural Rules Governing the Football Tribunal*, które w art. 27 wskazują na elementy, jakie składany pozew powinien zawierać. Może on być złożony w jednym z czterech języków FIFA: angielskim, niemieckim, hiszpańskim lub francuskim.

Złożenie pozwu w tego typu sprawach jest wolne od opłat. W zależności jednak od powodzenia sprawy, mogą na jedną ze stron zostać nałożone koszty postępowania.

Klub pozywający powinien jednak pamiętać, by w pozwie domagać się nie tylko należnej kwoty T.C., ale też i odsetek, które są naliczane od 31 dnia po dniu rejestracji w wysokości 5 % *per annum* (5 % wynika z dotychczasowej praktyki organów orzeczniczych).

Od wyroku *Football Tribunal* przysługuje stronom odwołanie do Trybunału Arbitrażowego ds. sportu w Lozannie.

Przepisy FIFA ustanawiają stosunkowo krótki termin na dochodzenie roszczeń – wynosi on jedynie 2 lata i rozpoczyna swój bieg 31 dnia po dniu rejestracji. Co więcej, przekroczenie tego okresu brane jest pod uwagę *ex officio*, tj. z urzędu przez arbitrów. Bieg tego okresu może zostać przerwany jedynie poprzez wniesienie pozwu. Jeżeli w tym okresie klub nie wytoczy powództwa, uznaje się, że doszło do zrzeczenia się przysługującego roszczenia.

Z tego też względu istotne jest by kluby na bieżąco śledziły kariery swoich wychowanków oraz sprawnie upominały się o przysługujące im kwoty. Nadmierna zwłoka w tej materii może pozbawić je znaczących środków finansowych rzędu nawet kilkudziesięciu tysięcy euro, które z mocy przepisów prawa piłkarskiego im przysługują.

#### **IV. UZYSKANIE NALEŻNEJ KWOTY**

Po zasądzeniu roszczenia przez właściwy piłkarski organ jurysdykcyjny powinno nastąpić jej uiszczenie na wskazany przez klub rachunek bankowy. Na zapłatę należności (łącznie z odsetkami) pozwany klub ma 45 dni od daty uzyskania informacji/powiadomienia o wydanym orzeczeniu. Jeżeli w dalszym ciągu klub będzie uchylał się od płatności, może zostać nałożony na niego zakaz rejestracji nowych zawodników (zarówno przy transferach krajowych, ale i międzynarodowych) aż do czasu uregulowania zobowiązań, nawet na trzy pełne następujące po sobie okresy rejestracyjne.

## F) SOLIDARITY CONTRIBUTION

### Podstawa prawna:

- ✓ art. 20 FIFA RSTP oraz Annex 5 FIFA RSTP.

Drugim przewidzianym w FIFA RSTP mechanizmem służącym rekompensacie za wyszkolenie zawodnika jest *Solidarity Contribution*. Konstrukcja ta różni się jednak znacząco od *Training Compensation* m.in. brakiem bariery wieku, po którym obowiązek zapłaty wynagrodzenia na rzecz klubu szkolącego odpada, ale też i faktem, że wraz z rozwojem kariery zawodnika i jego zmianami klubowymi, klub szkolący może wielokrotnie otrzymać za jego szkolenie określoną kwotę pieniężną tytułem S.C.



## **A. CZYM JEST SOLIDARITY CONTRIBUTION I W JAKI SPOSÓB OBLICZANA JEST NALEŻNA KWOTA?**

S.C. jest stosunkowo prostym mechanizmem, który gwarantuje każdemu klubowi, który przyczynił się do wyszkolenia zawodnika, określony ułamek wypłacanej kwoty transferowej przy każdym kolejnym transferze zawodnika. Zasadą jest, że z ustalonego między klubem odstępującym a pozyskującym ekwiwalentu transferowego (wyłączając kwotę należną tytułem T.C.), 5 % musi zostać odliczone na rzecz klubów, które szkoliły zawodnika od jego 12 do 23 roku życia. Następnie kwota ta zostanie rozdysponowana między poszczególnymi klubami zgodnie z następującą tabelą:

<b>WIEK ZAWODNIKA</b>	<b>NALEŻNY PROCENT Z ODLICZONEGO 5 %</b>
12	5 %
13	5 %
14	5 %
15	5 %
16	10 %
17	10 %
18	10 %
19	10 %
20	10 %
21	10 %
22	10 %
23	10 %

Jeżeli zawodnik w jednym klubie grał mniej niż rok, należną za dany okres kwotę oblicza się proporcjonalnie w stosunku do długości pobytu zawodnika w danym klubie, do najbliższego dnia.

**Jak zostało już wskazane wyżej, przepisy odnoszące się do T.C. oraz S.C. mają zastosowanie także do transferów czasowych. Klubom, do których w trakcie przebiegu kariery piłkarze byli wypożyczani, również przypada właściwy udział w S.C.**

**Jeżeli sam transfer czasowy odpowiada warunkom z Aneksu 5 FIFA RSTP oraz ma charakter odpłatny, to klub przyjmujący zawodnika na wypożyczenie powinien należną tytułem S.C. kwotę rozdysponować między uprawnionymi klubami. Jeśli po okresie wypożyczenia dojdzie do kolejnej płatności, np. poprzez wykupienie zawodnika, to obowiązek zapłaty S.C. powstanie po raz drugi<sup>8</sup>.**

S.C. będzie przysługiwało klubom jedynie, gdy do zmiany przynależności klubowej dojdzie w trakcie trwania kontraktu zawodnika (gdy zawodnik przejdzie do nowego klubu już po jego upływie jako wolny agent, obowiązek zapłaty nie powstanie). Będzie to obejmowało jednak również każdy otrzymany ekwiwalent transferowy, np. zapłaconą kwotę odstępnego, przez którą kontrakt z klubem odstępującym zawodnika został rozwiązany. Stanowisko to potwierdziło orzecznictwo piłkarskich organów jurysdykcyjnych<sup>9</sup>.

Obowiązek uiszczenia S.C. przysługuje jedynie przy transferach:

- a) zawodnika profesjonalnego pomiędzy klubami należącymi do różnych krajowych federacji;
- b) przy transferze w ramach jednej federacji, tylko jeśli klub wyszkolenia należy do innej federacji. Jest to nowa przesłanka, dodana do przepisów dopiero od 1 czerwca 2020 r.

---

8 Zob. Komentarz do przepisów FIFA RSTP, s. 347.

9 Zob. Komentarz do przepisów FIFA RSTP, s. 336.

## **Obowiązek uregulowania należności z tytułu S.C. powstanie również przy wymianie zawodników między dwoma klubami.**

W sierpniu 2017 r. doszło do rekordowego w historii piłki nożnej transferu piłkarskiego. Za kwotę 222 000 000 € Neymar zmienił przynależność klubową, przechodząc z FC Barcelony do Paris Saint Germain. Z tytułu tego transferu, aż 9 000 000 € otrzymał klub Santos, w którym to Brazylijczyk piłkarsko dorastał przed dołączeniem do Dumy Katalonii.

Znaczące wsparcie finansowe bieżącej działalności w postaci środków z S.C. otrzymują również polskie kluby. Przykładem może być m.in. Odra Opole, do której na cały sezon 2018/2019 był wypożyczony Jakub Moder. Zakładając, że kwota ekwiwalentu jego przejścia do Brighton rzeczywiście zgodnie z doniesieniami medialnymi wyniosła 11 000 000 €, to klubowi ze Śląska mogło przypaść nawet 55 000 €.

Warto zwrócić uwagę, że od 1 czerwca 2020 r. obowiązują korzystniejsze dla polskich klubów przepisy, które uprawniają kluby szkolące do uzyskania S.C. także wtedy, gdy do transferu dochodzi wyłącznie w ramach jednej federacji. Klub treningowy musi jednak sam przynależeć do innej. Znaczenie tej nowelizacji bardzo dobrze obrazuje kasus Krzysztofa Piątka:

- a) z tytułu transferu zawodnika na linii Cracovia - Genoa CFC, ale też i A.C. Milan - Hertha Berlin (kluby odstępujące oraz pozyskujące przynależą do dwóch różnych federacji), uprawnionymi do uzyskania S.C. były Lechia Dzierżoniów, Zagłębie Lubin, a także Cracovia;
- b) polskie kluby nie otrzymały jednak żadnej części wypłaconego ekwiwalentu z transakcji między Genoa CFC a A.C. Milan (oba kluby w jednej federacji), opiewającej na kwotę 35 000 000 €;
- c) gdyby jednak do powyższego transferu doszło np. w nadchodzącym okienku transferowym, to sama Lechia Dzierżoniów mogłaby oczekiwać zapłaty nawet 350 000 €.

## **B. W JAKI SPOSÓB ŚRODKI ZOSTANĄ WYPŁACONE?**

W Aneksie nr 5 FIFA RSTP zostało wprost wskazane, że wypłata środków powinna nastąpić nie później niż do 30 dni po dniu rejestracji zawodnika, lub w razie płatności warunkowych do 30 dni po ich dokonaniu. Przy rozłożeniu płatności ekwiwalentu transferowego na kilka rat, termin na uiszczenie stosownej kwoty będzie rozpoczynał każdorazowo swój bieg za każdym razem po zapłacie raty.

Zobowiązany do obliczenia i należytego przelania tej kwoty jest nowy klub zawodnika, który dokonuje tego na podstawie paszportu zawodnika. Przy S.C. FIFA RSTP wskazuje jednak, że jeśli tylko byłaby taka potrzeba, to zawodnik powinien wesprzeć klub we wskazaniu ośrodków, które uczestniczyły w jego piłkarskiej edukacji.

W razie braku płatności, odsetki mogą być naliczane od 31 dnia odpowiednio od daty rejestracji albo daty płatności.

## **C. JAK WYGLĄDA PROCES DOCHODZENIA NALEŻNYCH ŚRODKÓW?**

Proces dochodzenia S.C. jest taki sam, jak w przypadku dochodzenia płatności tytułem T.C. Z tego też względu czterostopniowy proces uzyskiwania środków oraz uwagi opisane w punkcie 2.6., znajdą odpowiednio zastosowanie w również i w tym przypadku.

# PRZEPISY PZPN

Na przestrzeni ostatniej dekady Polski Związek Piłki Nożnej opracował różne mechanizmy mające na celu zwiększenie nacisku na rozwój młodych piłkarzy w ramach funkcjonowania klubów piłkarskich. Część z nich, jak nakaz gry zawodnika (zawodników) o statusie młodzieżowca, opierało się na powszechnym obowiązku dostosowania się do konkretnej reguły. Inne mechanizmy skupiały się na zachęceniu do śmielszego stawiania na młodych zawodników (w szczególności wychowanków), poprzez gratyfikacje finansowe, do których przede wszystkim należą:

- a) Ekwiwalent za wyszkolenie zawodnika (dalej jako **“Ekwiwalent”**);
- b) Pro Junior System (dalej jako **“PJS”**).

Abstrahując od skuteczności w osiągnięciu pierwotnego celu - pobudzenia rozwoju młodych piłkarzy - należy zauważyć, iż odpowiednia strategia sprowadzania i korzystania z zawodników w klubie może przynieść znaczne przychody, okupione stosunkowo niewielkim wysiłkiem.



## G) EKWIWALENT ZA WYSZKOLENIE ZAWODNIKA

### Podstawa prawna:

- ✓ Uchwała nr V/88 z dnia 23 maja 2018 roku Zarządu PZPN w sprawie określenia zasad ustalania ekwiwalentu za wyszkolenie zawodników (zm. U. nr IV/59 z 29.04.2021 r.);
- ✓ Uchwała nr VIII/124 z dnia 14 lipca 2015 roku Zarządu Polskiego Związku Piłki Nożnej w sprawie statusu zawodników oraz zasad zmian przynależności klubowej (zm. UKdsN. nr 20/2021 z 29.06.2021 r.)
- ✓ Regulamin Piłkarskiego Sądu Polubownego PZPN (wprowadzony U. nr III/39 z 9.10.2021 r.);
- ✓ Regulamin Kosztów Piłkarskiego Sądu Polubownego PZPN (wprowadzony U. nr IV/52 z 29.04.2021 r.).

### **CZYM JEST EKWIWALENT I W JAKI SPOSÓB JEST WYLICZANY?**

Ekwiwalent jest opłatą za wyszkolenie zawodnika mającego mniej niż 24 lata, sprowadzanego przez klub pozyskujący na zasadzie wolnego transferu. Opłata ta jest wyliczana według wzoru i co do zasady uiszczana jest jedynie ostatniemu klubowi zawodnika.

Wzór na wyliczenie wysokości Ekwiwalentu sam w sobie jest nieskomplikowany. Należy jednak pamiętać, iż poza zmiennymi wskazanymi we wzorze na wysokość należnego Ekwiwalentu wpływ mają również inne czynniki, jak odpowiednie przekroczenie 21 roku życia przez zawodnika w momencie zmiany przynależności klubowej, czy też obecność na wypożyczeniu w trakcie gry dla dotychczasowego klubu.

Ekwiwalent oblicza się według następującego wzoru:

$$E = \text{CZAS W POPRZEDNIM KLUBIE} \times \text{WSPÓŁCZYNNIK WIEKU} \times \text{WSPÓŁCZYNNIK KLUBU POZYSKUJĄCEGO}$$

Poniżej omówione zostaną zmienne wpływające na wysokość Ekwiwalentu.

a) Czas w poprzednim klubie

Przez czas spędzony przez zawodnika w poprzednim klubie (klubie uprawnionym do uzyskania Ekwiwalentu) rozumiany jest okres, w trakcie którego był on zarejestrowany w tymże klubie.

Do wzoru umieszcza się następujące wartości:

- w przypadku każdego pełnego roku kalendarzowego szkolenia: 1;
- w przypadku niepełnego roku kalendarzowego szkolenia: liczba dni szkolenia x 365 (ew. 366 w roku przestępnym).

Należy wskazać, iż typ podstawy rejestracji (deklaracja gry amatora, kontrakt profesjonalny) jest irrelevantny. Istotny jest jedynie fakt zarejestrowania zawodnika w danym klubie. W związku z tym, okres *de facto* należenia do danego klubu (uczęszczanie na treningi, gra w sparingach), jednak bez poczynionej rejestracji nie będzie wliczany do okresu, za który Ekwiwalent będzie należny. Problem ten może występować w szczególności w młodszych grupach wiekowych, **dlatego też należy pamiętać o konsekwencji w rejestracji zawodników**, gdyż w przyszłości może się to wiązać z mniejszą kwotą Ekwiwalentu należnego za wyszkolenie danego zawodnika.

b) Współczynnik wieku

Ekwiwalent przysługuje klubowi uprawnionemu za okres, w którym zawodnik był zarejestrowany w tymże klubie, ale **jedynie za okres pomiędzy rokiem, w którym zawodnik ukończył 12 rok życia a rokiem, w którym ukończył 21 rok życia.**

Współczynnik bazowy wieku wyrażony jest poprzez kwotę pieniężną netto.

Wyróżnia się 3 kategorie wiekowe, dla których współczynnik bazowy wieku różni się wysokością:

- I Kategoria (12-14 l.) - 500 zł netto;
- II Kategoria (15-18 l.) - 2.000 zł netto;
- III Kategoria (19-21 l.) - 3.000 zł netto;

Co istotne, jeżeli na okres stażu zawodnika w klubie uprawnionym przypada kwalifikacja do więcej niż jednej kategorii wiekowej, dla każdego współczynnika wykonuje się oddzielne mnożenie z pozostałymi zmiennymi, a następnie iloczyny te się ze sobą sumuje.

**Przykład:**

Zawodnik spędził 5 pełnych lat kalendarzowych, w trakcie których miał 13-17 lat. Po wygaśnięciu kontraktu z klubem uprawnionym, podpisał on kontrakt z klubem grającym w III lidze (współczynnik 1 – więcej o współczynnikach poniżej). Staż zawodnika przypada więc na dwie kategorie wiekowe (I i II).

Obliczanie Ekwiwalentu wyglądać będzie następująco:

$$E = (2 \cdot 500 \cdot 1) + (3 \cdot 2000 \cdot 1)$$

$$E = 1000 + 6000 = 7000$$



c) Współczynnik klubu pozyskującego

Regulacje dotyczące Ekwiwalentu rozróżniają kluby według 5 kategorii. Przepisanie do jednej z nich zależy od klasy rozgrywkowej, w której dany klub występuje. Z przypisaniem do wyższej kategorii wiąże się występowanie wyższego mnożnika, a co za tym wzrost wysokości Ekwiwalentu. Podział na kategorie i przypadające im mnożniki prezentuje się następująco:

KATEGORIA	KLASY ROZGRYWKOWE	MNOŻNIK
I	EKSTRAKLASA	6
II	I LIGA, II LIGA	3
III	III LIGA, KLUBY WYŁĄCZNIE JUNIORSKIE	1
IV	IV LIGA, V LIGA, KLASA OKRĘGOWA, KLUBY V KAT. W PRZYPADKU POZYSKANIA ZAWODNIKA Z KLUBU IV KAT. LUB WYŻSZEJ	0,5
V	KLASY A,B,C	0

**Jak łatwo zauważyć, co do zasady (poza wyjątkiem dla kat. V), o wysokości Ekwiwalentu decyduje wyłącznie kategoria klubu pozyskującego.**

Stąd też wysoce korzystnym dla klubu oddającego jest odejście byłego zawodnika do klubu z jak najwyższej klasy rozgrywkowej, co wiąże się zazwyczaj z drastycznym wzrostem wysokości ekwiwalentu (np. między IV a III ligą występuje dwukrotny wzrost, między III a II ligą wzrost jest już trzykrotny).

Istotnym z punktu widzenia niższych lig seniorskich oraz rozgrywek juniorskich jest fakt, iż w przypadku przejścia zawodnika do klubu powiązanego z innym występującym w wyższej klasie rozgrywkowej (np. rezerwy, akademie klubu), **używany jest współczynnik właściwy dla klubu z wyższej klasy rozgrywkowej**. Stąd też wysoce korzystnym jest choćby przejście zawodnika do drugiej drużyny klubu Ekstraklasy. Mimo iż rezerwy znajdują się w III lub IV lidze, sam klub uprawniony otrzyma Ekwiwalent 6 lub 12 krotnie wyższy niż od klubów znajdujących się w tych samych ligach co rezerwy.

## **A. INNE CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA WYSOKOŚĆ EKWIWALENTU**

### **a) Amortyzacja kwoty Ekwiwalentu**

Mimo, iż Ekwiwalent jest należny za okres od 13 do 21 roku życia zawodnika, tak odpowiednio pomniejszony **jest należny również w wypadku przejścia zawodnika starszego**.

Jeżeli przejście następuje w roku ukończenia 22 roku życia, klub pozyskujący zobowiązany jest do zapłaty 75% Ekwiwalentu.

Jeżeli przejście następuje w roku ukończenia 23 roku życia, klub pozyskujący zobowiązany jest do zapłaty 50% Ekwiwalentu.

### **b) Transfer czasowy w trakcie czasu zarejestrowania w klubie uprawnionym**

To czy czas spędzony przez zawodnika na wypożyczeniu w innym klubie będzie wliczał się w okres, za który Ekwiwalent będzie naliczany, zależy od charakteru tego wypożyczenia.

W wypadku odpłatnego wypożyczenia okres ten nie jest wliczany w okres, za który klubowi uprawnionemu Ekwiwalent przysługuje. Jednakże, za ten czas Ekwiwalent należy się klubowi, do którego zawodnik był wypożyczony.

W wypadku nieodpłatnego wypożyczenia okres ten wliczany jest w okres, za który klubowi uprawnionemu Ekwiwalent przysługuje.

W związku z powyższym klub **nie powinien przyjmować oferty odpłatnego wypożyczenia poniżej kwoty potencjalnego Ekwiwalentu za ten okres** (racjonalnym byłoby założyć, iż potencjalny klub pozyskujący zawodnika będzie kategorię wyżej niż klub uprawniony).

### **4.3. KIEDY EKWIWALENT NIE JEST NALEŻNY?**

Zasadą jest, iż w wypadku nieodpłatnego przejścia zawodnika mającego między 13 a 23 lata, Ekwiwalent jest naliczany i należny ostatniemu klubowi. Przepisy wyróżniają 4 sytuacje, w których mimo spełnienia powyższych przesłanek Ekwiwalent nie przysługuje.

Są to:

- przejście między klubami V kategorii;
- przejście po prawomocnym, jednostronnym rozwiązaniu kontraktu z winy klubu;
- przejście po prawomocnym rozwiązaniu kontraktu z winy klubu stwierdzonym przez właściwy organ PZPN (Piłkarski Sąd Polubowny);
- przejście po 12 miesiącach od wygaśnięcia kontraktu lub deklaracji gry amatora w klubie odstępującym.

**Należy pamiętać, iż w sytuacji gdy klubowi odstępującemu nie przysługuje ekwiwalent (poza wymienionymi wyżej przesłankami), w momencie przejścia zawodnika wolnego, przed zakończeniem 28 roku życia, klub pozyskujący zobowiązany jest do wniesienia opłaty ryczałtowej. Jej wysokość uzależniona jest od klasy rozgrywkowej, w której występuje klub pozyskujący i kształtuje się od 300 zł netto (A,B,C klasa) do 3.400 zł netto (Ekstraklasa).**

## 4.4. PROCEDURA UZYSKANIA NALEŻNEGO EKWIWALENTU

### I. Termin na zapłatę ekwiwalentu

Przepisy wewnętrzne PZPN nie określają konkretnego terminu na zapłacenie należnego Ekwiwalentu przez klub pozyskujący zawodnika. W związku z powyższym należy uznać, iż w niniejszym przypadku zastosowanie ma ogólna reguła wynikająca z art. 455 kodeksu cywilnego mówiąca, iż jeśli termin spełnienia świadczenia nie jest oznaczony ani nie wynika z właściwości zobowiązania, świadczenie powinno być spełnione niezwłocznie po wezwaniu dłużnika do wykonania.

Konkludując, **Ekwiwalent powinien zostać zapłacony przez klub pozyskujący niezwłocznie (czyli bez nieuzasadnionej zwłoki) po dokonania wezwania przez klub uprawniony do otrzymania Ekwiwalentu.**

### II. Ścieżka dochodzenia roszczenia z tytułu niezapłaconego Ekwiwalentu

Mimo otrzymanego wezwania do zapłaty, klub pozyskujący może postanowić o niewypłaceniu całości Ekwiwalentu bądź po zapłaceniu części zacząć kwestionować zasadność jego pozostałej części. Klub uprawniony do otrzymania Ekwiwalentu bezwzględnie nie powinien w tej sytuacji udawać się do sądu powszechnego wraz z pozwem o zapłatę. Członkowie PZPN (w tym rzecz jasna kluby) zobowiązują się do rozwiązywania sporów przed Piłkarskim Sądem Polubownym PZPN. Nie oznacza to braku możliwości wyboru powszechnej ścieżki sądowej w celu dochodzenia roszczenia, jednakże klub pozyskujący najprawdopodobniej podniósłby zarzut zapisu na sąd polubowny przez strony, co doprowadziłoby do automatycznego odrzucenia pozwu, a co za tym idzie straty czasu, jakże cennego przy odzyskiwaniu należnego Ekwiwalentu.

**W związku z powyższym, klub uprawniony, swojego roszczenia powinien dochodzić przed Piłkarskim Sądem Polubownym PZPN.**

### III. TERMIN NA ZŁOŻENIE WNIOSKU DO PSP

Roszczenie o ustalenie wysokości przysługującego Ekwiwalentu ograniczone jest czasowo. Można wnieść je do **24 miesięcy od zmiany przynależności klubowej**, z której wynika obowiązek zapłaty Ekwiwalentu.

### IV. PRAWNE SKUTKI ORZECZENIA PSP USTALAJĄCEGO WYSOKOŚĆ EKWIWALENTU

Prawomocne orzeczenie PSP niesie za sobą dwa fundamentalne skutki.

Po pierwsze, **klub pozyskujący jest zobowiązany zapłacić ustalony Ekwiwalent nie później niż 14 dni po uprawomocnieniu się orzeczenia**. Co istotne, brak zapłaty w terminie powoduje automatyczne ustalenie wyników meczów z udziałem zawodnika, za którego należy się Ekwiwalent, **jako walkower 0:3 na niekorzyść drużyny klubu pozyskującego**. Co istotne, analiza językowa odpowiednich przepisów uchwał wskazuje, iż chodzi o wszystkie mecze klubu pozyskującego z udziałem zawodnika, **również te sprzed dnia uprawomocnienia się orzeczenia**.

Po drugie, klub uprawniony może wnieść do Sądu (właściwego Sądu Apelacyjnego) wniosek o nadanie klauzuli wykonalności prawomocnemu orzeczeniu PSP. Tak opatrzone orzeczenie jest tytułem wykonawczym, na mocy którego klub uprawniony **może skierować sprawę do postępowania egzekucyjnego** przed komornikiem by w ten sposób odzyskać należne mu od klubu pozyskującego pieniądze.

# H) PRO JUNIOR SYSTEM

## Podstawa prawna:

- ✓ Regulamin Programu PRO Junior System na sezon 2016/2017 i następne (zm. U nr IV/140 z 15.11.2021 r.)
- ✓ Regulamin Programu PRO Junior System IV liga na sezon 2019/2020 i następne (zm. U. nr IV/131 z 15.11.2021 r.)

## A. CZYM JEST PRO JUNIOR SYSTEM?

Pro Junior System (dalej jako “**PJS**”) jest programem Polskiego Związku Piłki Nożnej mającym na celu promowanie i wspieranie jakości szkolenia w klubach Ekstraklasy, I ligi, II ligi, III ligi oraz IV ligi poprzez premiowanie występów młodzieżowców (juniorów w IV lidze), a w szczególności wychowanków, w rozgrywkach seniorów. Cel ten jest realizowany poprzez przyznawanie punktów klubom za rozegrane minuty zawodników kwalifikujących się do programu w meczach ligowych oraz meczach reprezentacyjnych. Na koniec sezonu kluby z największą liczbą punktów otrzymują nagrody finansowe.

## B. PODSTAWY PUNKTACJI PJS

Na liczbę punktów, które klub otrzymuje w klasyfikacji PJS mają wpływ następujące czynniki:

- status zawodnika (Młodzieżowiec, Wychowanek dla Ekstraklasy, I-III ligi oraz Junior i Wychowanek dla IV ligi);
- liczba rozegranych minut i meczów przez zawodnika (w szczególności wpływ ma przekroczenie “progu wejścia”);
- kategoria meczów, w których zawodnik bierze udział (mecze ligowe, mecze reprezentacji).

Poniżej omówiony zostanie każdy z tych czynników.

## **A) STATUS ZAWODNIKA I KATEGORIE MECZÓW**

W przypadku lig od Ekstraklasy do III ligi punkty do PJS zdobywają jedynie zawodnicy z obywatelstwem polskim, którzy w roku ukończenia rozgrywek ligowych, skończyli nie więcej niż 21 lat i zawodnicy młodsi. Regulamin PJS wyróżnia dwa typy zawodników, którzy zdobywają punkty do PJS: Młodzieżowca oraz Wychowanka. Podstawowym celem niniejszego rozróżnienia jest faworyzacja Wychowanków pod kątem ilości zdobywanych przez nich punktów dla klubu, w którym występują - co do zasady Wychowankowie dostarczają dwa razy więcej punktów za tę samą liczbę rozegranych minut, niż Młodzieżowcy.

W przypadku IV ligi punkty do PJS zdobywają jedynie zawodnicy z obywatelstwem polskim, którzy w roku ukończenia rozgrywek ligowych, skończyli nie więcej niż 19 lat i zawodnicy młodsi. Wyróżnione zostały dwa typy zawodników (analogiczne do powyżej wskazanych), którzy zdobywają punkty do PJS: Juniora oraz Wychowanka. Tu również dochodzi do faworyzacji Wychowanka poprzez podwojenie jego zdobyczy punktowej.

### **I. MŁODZIEŻOWIEC (EKSTRAKLASA-III LIGA)**

By zawodnik posiadał status Młodzieżowca w rozumieniu PJS musi spełnić kumulatywnie dwa warunki:

- posiadać obywatelstwo polskie;
- w roku ukończenia rozgrywek ligowych ma skończone nie więcej niż 21 lat.

Zawodnik o statusie Młodzieżowca za każdą minutę rozegraną w meczu ligowym oraz w meczu w ramach ME U-17 i U-19 oraz MŚ U-17, U-20 otrzymuje jeden punkt. Natomiast za każdą minutę rozegraną w seniorskiej reprezentacji w meczu ME i MŚ oraz eliminacji do nich klub otrzymuje trzy punkty.

## **II. WYCHOWANEK (EKSTRAKLASA-III LIGA)**

By zawodnik posiadał status Wychowanka w rozumieniu Regulaminu PJS musi spełniać kumulatywnie warunki wskazane dla Młodzieżowca, a ponadto musi być zarejestrowany (z przerwami lub nie) w klubie przez 3 pełne sezony lub 36 kolejne miesiące pomiędzy 12 rokiem życia (lub rozpoczęciem sezonu, podczas którego zawodnik kończył 12 rok życia) i 21 rokiem życia (lub końcem sezonu, podczas którego zawodnik kończył 21 rok życia).

Co istotne, wypożyczenie zawodnika zgodnie z powyższą definicją nie jest przeszkodą do uzyskania statusu Wychowanka. Wystarczy by zawodnik był zarejestrowany w klubie przez 3 pełne sezony, które niekoniecznie muszą następować po sobie.

Wraz ze statusem Wychowanka wiąże się istotny benefit w postaci podwojenia zdobyczy punktowej w stosunku do zdobyczy Młodzieżowca w meczach ligowych i wcześniej wspomnianych meczach reprezentacji młodzieżowych. W przypadku reprezentacji seniorskiej, za każdą rozegraną minutę przez Wychowanka, klub otrzymuje 4 punkty.



### III. JUNIOR (IV LIGA)

By zawodnik posiadał status Juniora w rozumieniu PJS musi spełnić kumulatywnie dwa warunki:

- posiadać obywatelstwo polskie;
- w roku ukończenia rozgrywek ligowych ma skończone nie więcej niż 19 lat.

Zawodnik o statusie Juniora za każdą minutę rozegraną w meczu ligowym otrzymuje jeden punkt.

### IV. WYCHOWANEK (IV LIGA)

By zawodnik posiadał status Wychowanka w rozumieniu Regulaminu PJS dla IV ligi musi spełniać kumulatywnie warunki wskazane dla Juniora, a ponadto:

- musi być zarejestrowany (z przerwami lub nie) w klubie przez 3 pełne sezony lub 36 kolejne miesiące pomiędzy 12 rokiem życia (lub rozpoczęciem sezonu, podczas którego zawodnik kończył 12 rok życia) i 19 rokiem życia (lub końcem sezonu, podczas którego zawodnik kończył 19 rok życia).

Tak jak w pkt II. wypożyczenie nie jest przeszkodą do uzyskania statusu Wychowanka.

Zawodnik o statusie Wychowanka w rozumieniu Regulaminu PJS dla IV ligi za każdą minutę rozegraną w meczu ligowym otrzymuje dwa punkty.

b) Liczba rozegranych minut i meczów przez zawodnika

Jak zostało już wspomniane, za każdą minutę rozegraną przez zawodnika klub otrzymuje od 1 do 4 punktów, w zależności od rangi meczu oraz statusu zawodnika.

**Co jednak kluczowe, by minuty zawodnika były “punktowane” zawodnik w sezonie ligowym musi rozegrać co najmniej 270 minut i 5 meczów (450 minut i 10 meczów dla I i II ligi).**

Ten swoisty próg powstrzymuje kluby przed wystawianiem juniorskich składów w ostatnich kolejkach ligi, gdy zespół nie gra już o żadną stawkę.

Należy pamiętać, iż **oba te warunki muszą zostać spełnione łącznie** - co za tym idzie rozegranie kilkunastu spotkań, ale tylko w roli zawodnika wchodzącego na ostatnie minuty może nie wystarczyć do przebiccia się przez wyznaczony w Regulaminie PJS limit.

Inną kwestią, o której należy pamiętać, jest fakt, iż **czas doliczony jest zgodnie z Regulaminem postrzegany jako jedna minuta**, niezależnie od faktycznej ilości doliczonych minut. Jest to kolejne utrudnienie w zbieraniu minut poprzez wpuszczanie zawodników w samych końcówkach spotkań.

### 5.3 KLASYFIKACJA PJS

O końcowych nagrodach decyduje klasyfikacja PJS na koniec systemu. Składa się ona z zsumowanych punktów drużyn rywalizujących w danej lidze. Co za tym idzie, system przewiduje nagrody za bycie lepszym od rywali z ligi, a nie za zdobycie określonej ilości punktów.

Za sezon 2021/22, Regulamin PJS przewiduje nagrody dla następujących drużyn:

MIEJSCA	LIGA	MIN. NAGRODA	MAKS. NAGRODA
1-7	EKSTRAKLASA	250 000 Zł	3 250 000 Zł
1-7	I LIGA	200 000 Zł	1 600 000 Zł
1-7	II LIGA	200 000 Zł	1 100 000 Zł
1-4	III LIGA	100 000 Zł	400 000 Zł
1-5	IV LIGA	5 000 Zł	35 000 Zł

Przy planowaniu strategii klubu pod kątem dochodów z PJS należy pamiętać o dwóch istotnych modyfikatorach.

Po pierwsze, **drugie drużyny klubów nie są uwzględniane** w klasyfikacji PJS, niezależnie od liczby zdobytych punktów.

Po drugie, drużyna, która zajmie premiowane miejsce w klasyfikacji PJS, jednocześnie **zajmując miejsce oznaczające spadek z ligi otrzyma jedynie połowę nagrody**.

## 5.4 STRATEGIA MAKSYMALIZACJI ZYSKÓW Z PJS

Na koniec niniejszego rozdziału pragniemy zamieścić kilka wskazówek mających na celu maksymalizację zysków klubu z programu PJS.

Po pierwsze, jeżeli klub zamierza uzupełniać swoje drużyny juniorskie utalentowanymi zawodnikami z innych drużyn najbardziej opłacalne pod kątem zarówno PJS jak i potencjalnego Ekwiwalentu jest **ściągnięcie zawodników w wieku 15-16 lat**. Wiąże się to z faktem, iż zawodnik pozyskany w tym wieku **ma wystarczająco dużo czasu by uzyskać status Wychowanka** we wszystkich ligach, dzięki czemu zdobywa on dwukrotnie więcej punktów do klasyfikacji PJS, niż gdyby tego statusu nie posiadał. Ponadto, **do ukończenia 15 roku życia, bazowa stawka z tytułu Ekwiwalentu wynosi jedynie 500 złotych za sezon**. Porównując to ze stawkami w wysokości 2000 zł oraz 3000 zł, które występują po ukończeniu 15 roku życia, ściągnięcie zawodnika w wieku 15 lat, a następnie jego wypromowanie, może przynieść duży zysk również z tytułu Ekwiwalentu.

Po drugie, optymalną strategią zarządzania młodymi zawodnikami jest postawienie na kilku konkretnych piłkarzy (najlepiej Wychowanków). Pozwala to na zminimalizowanie ryzyka utraty punktów przez nieprzekroczenie "progu wejścia", które to ryzyko występuje w przypadku stawiania na większą liczbę młodych zawodników, w szczególności gdy kilku z nich występuje na jednej pozycji.

Po trzecie, nie należy stawiać na pokaźną liczbę młodych zawodników, w przypadku gdy znacznie zaniżałoby to jakość gry drużyny. Zdobyte punkty w klasyfikacji PJS mogą zostać łatwo stracone w przypadku spadku z ligi.

## Załącznik – Spis aktów prawnych

Stan prawny: 23 listopada 2021 r.

- ✓ **FIFA Regulations on the Status and transfer of Players. August 2021 Edition**  
Link: [FIFA RSTP](#)
- ✓ **Procedural Rules Governing the Football Tribunal. Edition October 2021**  
Link: [PRGFT](#)
- ✓ **Circular no. 1763 - Regulations on the Status and Transfer of Players – categorisation of clubs, registration periods, and international transfers of minor players**  
Link: [Circular no. 1763](#)
- ✓ **Uchwała nr V/88 z dnia 23 maja 2018 roku Zarządu PZPN w sprawie określenia zasad ustalania ekwiwalentu za wyszkolenie zawodników (zm. U. nr IV/59 z 29.04.2021 r.);**  
Link: [Uchwała nr V/88 \(s.17\)](#)
- ✓ **Uchwała nr VIII/124 z dnia 14 lipca 2015 roku Zarządu Polskiego Związku Piłki Nożnej w sprawie statusu zawodników oraz zasad zmian przynależności klubowej (zm. UKdsN. nr 20/2021 z 29.06.2021 r.)**  
Link: [Uchwała nr VIII/124](#)
- ✓ **Uchwała nr I/9 z 28 stycznia 2019 roku Zarządu Polskiego Związku Piłki Nożnej w sprawie opłaty ryczałtowej dla klubu odstępującego zawodnika (zm. U. nr VII/126 z 12.07.2019 r.)**  
Link: [Uchwała nr I/9](#)
- ✓ **Regulamin Piłkarskiego Sądu Polubownego PZPN (wprowadzony U. nr III/39 z 09.10.2021 r.);**  
Link: [Regulamin PSP PZPN](#)
- ✓ **Regulamin Kosztów Piłkarskiego Sądu Polubownego PZPN (wprowadzony U. nr IV/52 z 29.04.2021 r.).**  
Link: [Regulamin kosztów PSP PZPN](#)
- ✓ **Regulamin Programu PRO Junior System na sezon 2016/2017 i następne (zm. U nr IV/140 z 15.11.2021 r.)**  
Link: [Regulamin PJS \(s.69\)](#)
- ✓ **Regulamin Programu PRO Junior System IV liga na sezon 2019/2020 i następne (zm. U. nr VIII/137 z dnia 04.09.2021)**  
Link: [Regulamin PJS \(s. 57\)](#)

# FINANSOWANIE KLUBÓW SPORTOWYCH ZE ŚRODKÓW PRYWATNYCH

PIOTR IWAŃCZYK

Niniejsza część raportu dotyczącego finansowania klubów sportowych będzie dotyczyła pozyskiwania środków ze źródeł prywatnych. W ramach opracowania zostały wyróżnione podstawowe źródła przychodów klubów sportowych w ramach środków prywatnych takie jak **sponsoring**, **crowdfunding** oraz działalność w ramach **klubów biznesu**. Niniejsze opracowanie nie uwzględnia przychodów bezpośrednich pochodzących ze sprzedaży biletów czy gadżetów oraz rynku praw telewizyjnych i transmisyjnych ze względu na szerokie zróżnicowanie działań wśród polskich klubów sportowych i dyscyplinach oraz konieczność poświęcenia tym rodzajom pozyskiwania środków oddzielnego opracowania, aby opisać je w sposób satysfakcjonujący autora oraz potencjalnych czytelników.

Analizując dane warto mieć także na względzie okres pandemii koronawirusa w Polsce i na świecie, który miał wpływ na zmianę struktury finansowania klubów sportowych, szczególnie tych mniejszych, często uzależnionych od jednego, większościowego sponsora lub udziałowca. Pandemia znacznie obniżyła możliwości efektywnej promocji sponsora poprzez wstrzymanie, a nawet zakończenie rozgrywek w niższych ligach. Zdaniem analityków Polskiego Instytutu Ekonomicznego zahamowanie rozwoju rynku sponsoringu sportowego w Polsce może być tylko przejściowe. Według danych PIE wartość rynku sponsoringu wzrosła z 743,2 mln PLN w 2012 roku do 1035 mln PLN w 2019 roku. W 2020 roku, z powodu pandemii, wartość rynku wyniosła 1025 mln PLN, co można postrzegać jako niewielki spadek w obliczu wskazanych powyżej skutków pandemii.<sup>10</sup> To oznacza, że sponsorzy i partnerzy wciąż są chętni na finansowanie sportu w Polsce dostrzegając liczne korzyści i efektywność włączenia tego sposobu promocji marki w ramach własnej strategii marketingowej.

---

10 [https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2019/08/Raport\\_PIE-Sport-gospodarka.pdf](https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2019/08/Raport_PIE-Sport-gospodarka.pdf)

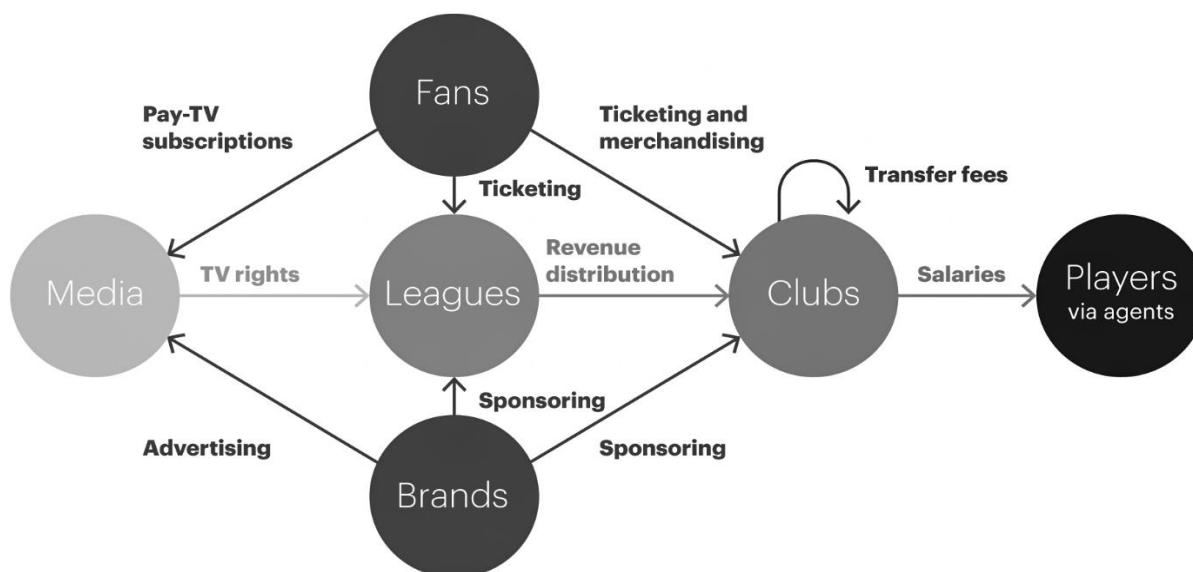
Rosnąca wartość rynku sponsoringu oznacza nie tylko wzrost wartości środków przekazywanych organizacjom sportowym (w tym klubom), ale także wzrost konkurencyjności. Od wielu lat kluby sportowe muszą rywalizować nie tylko z innymi uczestnikami rynku sportowego, ale również innymi podmiotami, które umożliwiają promocję marki i przynoszą korzyści marketingowe. W tak mocno konkurencyjnym środowisku szczególnie ważna jest umiejętność wyróżnienia i wskazania unikalnych cech sportu jako nośnika marki sponsora, czy partnera. Sponsorzy nawiązując współpracę z klubem liczą już nie tylko na szerszą ekspozycję marki, ale także na budowanie pozytywnego wizerunku, bezpośrednich kontaktów biznesowych, a często także na bezpośredni wzrost sprzedaży własnego produktu bądź usługi. Wobec tego kluby już nie tylko muszą spełniać aspekt sportowy, aby być atrakcyjnym „produktem” dla potencjalnego sponsora, ale także konkurować między sobą na poziomie organizacyjnym oraz w ramach budowania silnej marki z dobrymi skojarzeniami.

Niniejsza analiza skupia się na klubach sportowych, które są jednym z głównych elementów funkcjonowania profesjonalnego sportu w Polsce. Jako organizacje zrzeszające zawodowców występujących w najpopularniejszych sportach drużynowych, to kluby mają, zdaniem autora tej części raportu, największy wpływ na kształtowanie ogólnej sytuacji sportowej. Na dowód powyższego stwierdzenia, warto przytoczyć ogólną analizę przepływów pieniężnych w ligowym ekosystemie wykonaną na potrzeby raportu firmy konsultingowej Kearney<sup>11</sup>, a która jest na tyle uniwersalna, że odnosi się również do polskich lig. Jak wynika z grafiki to kluby są jednym z głównych beneficjentów środków jakie do systemu wprowadzają kibice poprzez kupno biletów i gadżetów oraz marki, które decydują się na sponsoring sportowy. Warto także zwrócić uwagę na wpływ środków, które są wprowadzane do sportu przez media decydujące się na transmisje wydarzeń sportowych.

---

11 <https://www.kearney.com/communications-media-technology/article?/a/winning-in-the-business-of-sports>

## The sports ecosystem: the flow of money



Source: Kearney analysis

## DLACZEGO SPORT?

Sport, w tym także piłka nożna jako jedna z najpopularniejszych dyscyplin w naszym kraju, odgrywa niebagatelną rolę w naszym życiu społecznym i kulturalnym będąc spoiwem integrującym często zróżnicowane społeczeństwo oraz elementem budowy pewnej wspólnej tożsamości, co można dostrzec szczególnie podczas spotkań reprezentacji narodowych. Ogromny wpływ sportu na życie społeczne człowieka nie może być także opisywany w oderwaniu od realiów gospodarczych oraz wpływu sportu na ekonomię naszego kraju i całego świata. Według raportu Polskiego Instytutu Ekonomicznego globalna wartość rynku sportu wyniosła w 2018 roku aż 488,5 mld dolarów amerykańskich. Według prognoz ta wartość w 2022 roku ma wynieść 614,1 mld dolarów. W Polsce sport w samym 2018 roku wygenerował 9,63 mld złotych dając przy tym 109 tys. miejsc pracy. Warto wspomnieć także, że według opracowania PIE, na podstawie danych Komisji Europejskiej, Polska plasuje się w czołówce krajów Unii Europejskiej w rankingu udziału sportu w Produkcie Krajowym Brutto. Według danych zajmujemy trzecie miejsce z nieco ponad 2,5 proc. udziałem w PKB, tuż za Austrią i Niemcami (oba kraje ponad 4 proc. udziału w PKB). Trzeba jednak pamiętać, że szacunki Komisji Europejskiej były oparte o dane z 2012 roku, a duży wpływ mogła mieć organizacja przez Polskę (wspólnie z Ukrainą) jednej z największych sportowych imprez na Starym Kontynencie, czyli piłkarskich Mistrzostw Europy 2012. Wciąż jednak to dowód na to, że sport odgrywa niebagatelną rolę także w kształtowaniu polskiej gospodarki, a dzięki pozytywnym skojarzeniom i przywiązaniu Polaków do sportu wiele firm kreuje swoją politykę działania z uwzględnieniem sportu.

## 1. SPONSORING SPORTOWY

Jedną z najpopularniejszych form finansowania małych klubów sportowych jest sponsoring. Wiele firm, szczególnie tych lokalnych, w poszukiwaniu optymalnych i efektywnych form promocji własnej marki decyduje się na inwestycje w kluby sportowe poszukując korzyści w wymiarze biznesowym i społecznym. Jak wynika z raportu Sponsoring Monitor ARC Rynek i Opinia<sup>12</sup> aż 45% ankietowanych przyznało, że chętniej kupuje produkty firm, które sponsorują sport, a 55% korzystniej ocenia firmy sponsorujące. Badanie ujawniło także pozytywny wpływ pandemii na zainteresowanie sportem. Według przeprowadzonych badań aż 90% Polaków interesuje się sportem (wzrost o 8 p.p. w stosunku do 2019 roku).

### 1.1. CO ROZUMIEMY JAKO SPONSORING?

Trudno doszukiwać się jednej definicji sponsoringu w krajowym ustawodawstwie oraz branżowej literaturze. Ze względów praktycznych, warto przyjąć prawny punkt widzenia na sponsoring, także ze względu na dalsze konsekwencje prawno-podatkowe przy kwalifikowaniu danej umowy jako sponsoring. Na potrzeby tego opracowania przyjęto definicję zaproponowaną przez Katarzynę Kopaczyńską-Pieczniak, która proponuje następujące wyjaśnienie terminu „umowy sponsoringu”:

---

12 <https://arc.com.pl/polacy-bardziej-zainteresowani-sportem/>

„Umowa sponsoringu wyraża się w tym, że jedna strona (sponsor) zobowiązuje się do spełnienia na rzecz drugiej strony (sponsorowanego) świadczenia majątkowego, polegającego na **przeniesieniu własności rzeczy, zapłacie kwoty pieniężnej bądź świadczenia usług**, na wskazany w umowie cel związany z działalnością sponsorowanego, natomiast sponsorowany zobowiązuje się do dokonania w interesie sponsora określonych w umowie czynności, mających na celu **utrwalenie lub polepszenie wizerunku sponsora, jego renomy, a także rozpoznawalność używanych przez niego oznaczeń odróżniających**”<sup>13</sup>

Sponsoring należy odróżnić od mecenatu, który w założeniu jest bezinteresowny i powiązany z celem społecznym. Sponsoring ma motywy głównie komercyjne, a jego celem jest zwiększenie popularności i renomy danej marki w zamian za świadczenie finansowe.

Z praktycznego punktu widzenia sponsoring możemy uznać jako komercjalizację zasobów klubu, w związku z czym warto nie tylko uporządkować strukturę marketingową i sponsoringową prowadzonego podmiotu, ale także przeprowadzić niezbędny audyt, który pozwoli nam ustalić jakimi zasobami dysponujemy i co możemy zaoferować potencjalnym sponsorom. Powszechną praktyką jest konstruowanie tak zwanej „drabinki sponsorskiej”, która pozwala na wybór odpowiedniego pakietu względem wartości zasobów klubu. Świadczenia takie jak na przykład umiejscowienie logo sponsora na koszulce meczowej przynosi znacznie więcej korzyści w postaci ekwiwalentu reklamowego niż umieszczenie logo sponsora w hali, w miejscu którego nie obejmuje transmisja telewizyjna. Dodatkowo potencjał zasobów klubu potęguje udział mediów w transmitowaniu i relacjonowaniu wydarzeń sportowych, stąd także tak duża wartość takich świadczeń jak m.in. prawo do nazwy obiektu (tzw. „naming rights”, na przykład PGE Narodowy, Pepsi Arena, Allianz Arena - temat zostanie szczegółowo omówiony w dalszej części raportu).

---

13 *Pozakodeksowe umowy handlowe* pod red. A Kidyby, Warszawa 2013

## 1.2. RODZAJE PRAW W UMOWIE SPONSORINGU SPORTOWEGO

Na podstawie własnego doświadczenia, analizy treści umów sponsoringowych oraz opracowań dostępnych w literaturze<sup>14</sup> możemy wyróżnić kilka podstawowych praw przysługujących sponsorowi w ramach zawartej umowy sponsoringu:

- d) **Prawa do tytułów** - na mocy umowy podmiot sponsorowany zobowiązuje się do używania nazwy i logotypu sponsora w ramach nazwy klubu lub/oraz jego identyfikacji wizualnej (np. KGHM Zagłębie Lubin, PlusLiga, TAURON Liga, Cerrad Enea Czarni Radom). Sponsorowi przysługuje także prawo do używania we własnym zakresie tytułu nadanego w ramach umowy (np. „Sponsor tytularny drużyny”)
- e) **Prawo do identyfikacji sponsora** - na mocy umowy podmiot sponsorowany zobowiązuje się do używania logotypu lub/oraz oznaczania nazwy sponsora we własnej komunikacji (np. obowiązek oznaczenia marki sponsora w postach udostępnionych w social mediach klubu) oraz brandingu (np. materiały reklamowe w logo sponsora w hali lub na stadionie, logo sponsora na strojach drużyny)
- f) **Prawa wizerunkowe** - na mocy umowy sponsorujący zyskuje prawo do wykorzystywania wizerunków zawodników, sztabu trenerskiego oraz logo klubu we własnej identyfikacji wizualnej oraz w ramach promocji własnych produktów lub usług (np. wykorzystanie wizerunku Roberta Lewandowskiego, Łukasza Piszczka i Jakuba Błaszczykowskiego w reklamie marki samochodowej Opel - sponsora Borussia Dortmund)

---

14 *Komunikacja sponsoringowa w sporcie XXI wieku* s. 168-169, J. Kończak, Warszawa 2020, Wydawnictwo SBP

- g) **Hospitality** - na mocy umowy sponsorujący zyskuje prawo do korzystania ze strefy hospitality, VIP w obiekcie sportowym podczas imprez i zawodów, na których sponsorowany jest gospodarzem (np. Strefy SILVER i GOLD podczas meczów domowych Legii Warszawa)
- h) **Prawa marketingowe i sprzedażowe** - na mocy umowy sponsorujący zyskuje prawo do sprzedaży bezpośredniej swoich produktów na miejscu trwania zawodów sportowych lub w sklepie internetowym sponsorowanej organizacji. Dodatkowo w zakresie tego rodzaju praw wchodzi także dostęp do bazy danych klubu z możliwością uwzględnienia jej w prowadzeniu sprzedaży i budowania własnej sieci potencjalnych klientów
- i) **Naming rights** - na mocy umowy sponsorujący zyskuje prawo do wykorzystywania nazwy obiektu we własnej komunikacji i promocji usług lub produktu, a sponsorowany zobowiązuje się do wykorzystania ustalonej nazwy obiektu w swojej komunikacji oraz dbania o dobre imię sponsora (np. Tarczyński Arena)
- j) **Kontentowe** - na mocy umowy sponsorujący zyskuje prawo do wykorzystania contentu marketingowego (np. relacji wideo z meczu drużyny) w swoich kanałach komunikacyjnych lub innego ekskluzywnego materiału, który nie stoi w sprzeczności z innymi prawami np. Telewizyjnymi

### 1.3. SPONSORING SPÓŁEK Z UDZIAŁEM SKARBU PAŃSTWA

Na osobne miejsce w niniejszym raporcie zasługuje działalność sponsoringowa spółek z udziałem Skarbu Państwa, które odgrywają ogromny wpływ w strukturze finansowania klubów i organizacji sportowych w Polsce. Według danych Sponsoring Insight w 2019 roku aż 82,6% respondentów z grona sponsorów uznało spółki z udziałem Skarbu Państwa za źródło największych środków na polskim rynku sponsoringu<sup>15</sup>, a według informacji podanych podczas jednego z posiedzeń Sejmowej Komisji Kultury Fizycznej w 2021 roku te wydatki wyniosą ponad 200 milionów złotych.<sup>16</sup> Dodatkowym impulsem do zawierania może być powołanie w kwietniu 2021 roku Zespołu do spraw sponsoringu sportu przez spółki Skarbu Państwa przy Ministerstwie Aktywów Państwowych, którego zadaniami jest monitorowanie działań w zakresie sponsoringu sportu prowadzonych przez podmioty objęte nadzorem właścicielskim Ministra Aktywów Państwowych oraz wypracowanie propozycji dotyczących dobrych praktyk w zakresie sponsoringu sportu przez Spółki Skarbu Państwa.

Warto wspomnieć, że spółki z udziałem Skarbu Państwa aktualnie działają na podstawie dokumentu „Dobre praktyki w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa” opracowanego w 2016 roku przez Ministra Skarbu Państwa. Zawarte w dokumencie wytyczne wyznaczają niejako kierunek, w którym powinna podążać działalność państwowych podmiotów na rynku sportowym, w związku z czym kluby także mogą dopasować swoją ofertę nie tylko do rynkowych realiów, ale także wymagań stawianych w dokumencie. Działalność spółek z udziałem Skarbu Państwa była już regulowana w ramach obowiązującego wcześniej zarządzenia nr 5 Ministra Skarbu Państwa z dnia 13 lutego 2009 r., a wprowadzone w 2016 roku generalne zasady można określić jako kosmetyczne, a zostały one przedstawione na wykresie przygotowanym przez Najwyższą Izbę Kontroli w ramach raportu z dnia 9 sierpnia 2018 roku pt. „Wydatki spółek z udziałem Skarbu Państwa na działalność sponsoringową, medialną i usługi doradcze”.

---

15 Raport „Rynek sponsoringu sportowego w Polsce 2019”, Sponsoring Insight, 2020

16 <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/sponsoring-sportowy-spolki-skarbu-panstwa-200-mln-zl-wydatki-w-2021-roku>

## Najważniejsze zasady Modelu



Źródło: Dane własne NIK.

## 1.4. ULGA SPONSORINGOWA - SZANSA DLA POLSKIEGO SPORTU?

Swego rodzaju novum w polskim systemie podatkowym, a także na rynku sponsoringu sportowego jest wprowadzona w ramach tzw. „Nowego Ładu” ulga sponsoringowa, która ma zachęcić przedsiębiorców do inwestycji w sport, a kluby oraz inne podmioty rynku sportowego do szerszego poszukiwania sponsorów na rynku prywatnym.

W uproszczeniu dzięki zakładanej reformie, która ma wejść w życie 1 stycznia 2022 roku, przedsiębiorcy zyskają możliwość dodatkowego odliczenia od podstawy opodatkowania podatkiem dochodowym (PIT i CIT) 50% kosztów poniesionych na wskazane obszary działalności. Podatnik, oprócz zaliczenia poniesionych kosztów w 100% do kosztów uzyskania przychodu, uzyska prawo do dodatkowej preferencji w podatku dochodowym przez odliczenie od podstawy opodatkowania 50% poniesionych kosztów. Łącznie w podatku dochodowym przedsiębiorca rozliczy więc 150% poniesionego kosztu.<sup>17</sup>

W praktyce oznacza to, że sponsor, który zainwestuje 1 milion złotych na cel ważny społecznie (CSR, w tym także finansowanie klubów sportowych) będzie mógł wliczyć w koszty 150% tej kwoty, czyli 1,5 miliona złotych.

Warto zwrócić uwagę, że takie rozwiązanie szczególnie premiuje małe podmioty gospodarcze, które dotychczas nie inwestowały środków w promocję poprzez sport choćby ze względu na brak wyraźnej korzyści finansowej. W przypadku zakładanej reformy korzyści będą realne także jeśli chodzi o rozliczenie sponsoringu, nie wspominając o odniesionych korzyściach jakie niesie ze sobą wzrost rozpoznawalności marki. Zakładana reforma ma także na celu zwiększenie integracji lokalnych przedsiębiorców z mniejszymi klubami, które mają mniejszy potencjał marketingowy, ale duże znaczenie dla lokalnej społeczności. Zakładane rozwiązanie może także ograniczyć ingerencję państwa we wspieranie sportu przenosząc ten ciężar na podmioty prywatne, które mogą odnieść z tego tytułu znacznie więcej korzyści, a także sprawniej zarządzać sponsoringiem na niższym szczeblu. Według szacunków Ministerstwa Finansów ulga sponsoringowa ma przynieść firmom sponsorującym sport oraz inne inicjatywy w ramach odpowiedzialności społecznej korzyści rzędu nawet 100 milionów złotych rocznie.<sup>18</sup>

Trudno, a wręcz niemożliwym jest ocenić jak opisana powyżej ulga sponsoringowa przyczyni się do rozwoju polskiego rynku sponsoringu, zwłaszcza że wejdzie ona w życie dopiero od roku 2022. W ocenie autora efektywna ocena tego rozwiązania będzie możliwa dopiero po upływie co najmniej roku lub dwóch lat, nie mniej jednak należy pozytywnie ocenić chęć wsparcia sponsoringu sportowym także na poziomie reform podatkowych. W dobie wszechobecnej optymalizacji kosztów spowodowanej pandemią koronawirusa oraz gorszą sytuacją gospodarczą wielu podmiotów, rozwiązania wspierające rozwój sponsoringu sportowego będą szczególnie ważne w sprawieniu, aby mniejsze kluby sportowe przeszły przez ten kryzys suchą stopą, a firmy nie rezygnowały z tej formy promocji swojej marki.

---

17 <https://www.podatki.gov.pl/polski-lad/pakiet-dla-biznesu-polski-lad/repatriacja-kapitalu-polski-lad/ulga-na-csr-polski-lad/>

18 <https://businessinsider.com.pl/firmy/podatki/sarnowski-nawet-100-mln-zl-oszczednosc-dla-firm-w-ramach-ulgi-sponsoringowej/4bfxgsd>

## 1.5. WSKAZÓWKI PRZYDATNE PRZY KONSTRUOWANIU UMOWY SPONSORINGOWEJ



Rosnąca wartość zawieranych umów sponsoringowych implikuje potrzebę szczegółowej regulacji świadczeń, która pozwoli na maksymalizację korzyści z zawartej umowy dla obu stron oraz realne zwiększenie renomy sponsora.

Przy konstruowaniu umowy sponsoringowej ważne jest ustalenie zakresu wyłączności, a także wzajemnych praw i obowiązków. Obie strony, a zwłaszcza klub, powinien działać z intencją wykonania swoich usług w sposób należyty z zachowaniem najwyższej staranności, nie wyłączając sobie przy tym możliwości współpracy z innym sponsorem z danej branży. Im precyzyjniej będą opisane zasady wyłączności sponsora, tym mniejsze prawdopodobieństwo, że zajdzie konflikt interesów na linii sponsor - klub.

Warto wspomnieć, że relacje sponsoringowej w danej organizacji sportowej mogą przybrać wymiar trójstronny. W przypadku sytuacji, w której klub zawiera umowę sponsorską z podmiotem z danej branży należy wykluczyć lub ograniczyć ryzyko, że umowę z innym podmiotem z tej samej branży zawrze zawodnik danego klubu. Taka sama sytuacja dotyczy lig i organizacji, które zrzeszają kluby. Pozytywnym zwyczajem w umowach członkowskich między ligą, a zrzeszaną organizacją jest zawarcie klauzuli wyłączności lub potrzeby zgody ligi na zawarcie umowy ze sponsorem z tej samej branży, w której działa sponsor nadrzędnej organizacji, czy też ligi.

Gwarantując sponsorowi pewne świadczenia klub musi być pewien, że dysponuje odpowiednimi zasobami do wykonania swojego zobowiązania. W tej kategorii zalicza się nie tylko środki pieniężne, ale także kapitał ludzki oraz poświęcony czas.

Decydując się na pewne świadczenie z perspektywy klubu należy uwzględnić przede wszystkim własny interes ekonomiczny. W hipotetycznym przykładzie, gdzie organizacja sportowa w ramach umowy decyduje się na przyjęcie świadczenia pieniężnego w zamian za realizację materiału wideo, którego koszty przekroczą tę wartość, takie świadczenie nie ma większego sensu dla organizacji sportowej. Krótko mówiąc w ramach oferty sponsorskiej powinniśmy nie tylko uwzględnić wartość takich świadczeń jak udostępnienie wizerunku, ale także wszelkie koszty związane z realizacją danego przedsięwzięcia. Im większa skala organizacji sportowej i zawieranych umów, tym większe ryzyko że koszty (np. rebrandingu) przekroczą ewentualne korzyści.

Tematykę zawierania umów sponsoringowych oraz prawnych regulacji tego typu umów szerzej porusza opracowanie przygotowane przez Instytut Prawa Sportowego w ramach „Poradnika prawnego dla klubów i akademii piłkarskich”. Darmowa publikacja jest dostępna pod linkiem: [LINK](#)

## **2. KLUBY BIZNESU**

Wiele klubów w Polsce i Europie idzie krok dalej w kierunku budowania społeczności wokół swojej działalności i poza tradycyjnymi świadczeniami sponsoringowymi, które mają zwiększyć ekspozycję marki w przestrzeni reklamowej, tworzą także „kluby biznesu”. Klub biznesu można rozumieć jako platformę łączącą przedsiębiorców wspierających klub mającą na celu zacieśnienie więzi nie tylko z klubem, ale także między nimi. W strukturze sponsoringowej przeciętnego klubu można wskazać wiele podmiotów z różnych gałęzi biznesu, którzy mogą nawiązać między sobą współpracę. Instytucjonalizacja indywidualnych spotkań biznesowych w formie platformy ma nie tylko zachęcić partnerów do wzajemnej współpracy, ale także wprowadzić w grono sponsorów klubu nowe podmioty. Ponadto klub biznesu ma także walor edukacyjny, nie tylko dzięki wymianie wzajemnych opinii między sponsorami i partnerami, ale także spotkaniom i prezentacjom, które mają pomóc w maksymalizacji zysków ze wspierania sportu przez uczestników klubu biznesu.

## 2.1. CASE STUDY - KLUB BIZNESU MIEDZI LEGNICA

Jako przykład prężnie funkcjonującego klubu biznesu w ramach klubu sportowego jest Miedź Legnica występująca w piłkarskich rozgrywkach Fortuna 1 Ligi (druga klasa rozgrywkowa w Polsce). Między innymi dzięki szerokiej i elastycznej ofercie sponsorskiej w ramach Klubu Biznesu Miedzi Legnica klub z Dolnego Śląska plasuje się na trzecim miejscu jeśli chodzi o zestawienie łącznych przychodów uzyskanych w sezonie 2020/21 według raportu Deloitte.<sup>19</sup> Kwota przychodu, którą uzyskała Miedź w sezonie 2020/21 wyniosła 12,65 mln złotych, z czego aż 93 proc. stanowiły wpływy komercyjne (przy średnio 73 proc. w całej lidze), do których według metodologii raportu zaliczają się wpływy z umów sponsorskich, reklam, sprzedaży koszulek oraz inne przychody komercyjne.

Miedź jest także doskonałym przykładem, że funkcjonowanie klubu nie musi być uzależnione od sytuacji finansowej sponsora strategicznego. Przychody z umów sponsorskich i reklamy klubu wyniosły w sezonie 2020/21 - 1,19 mln złotych, co uplasowało legnicki klub na ósmym miejscu w lidze w tej kategorii, ale Miedź może poszczycić się za to drugą największą w lidze liczbą aż 37 sponsorów. Średni przychód na sponsora wyliczony przez Deloitte wyniósł 30 tysięcy złotych, co oznacza że próg wejścia jest bardzo niski i pozwala na włączenie w grono partnerów mniejszych i lokalnych firm.

**Podsumowując, nie tylko na przykładzie Miedzi Legnica, ale także innych klubów sportowych, stworzenie klubu biznesu jest najprostszym rozwiązaniem pozwalającym na poszerzenie oferty sponsorskiej klubu o dodatkowe świadczenie umożliwiające większą integrację między partnerami klubu, a także zacieśnienie wzajemnej współpracy. Dzięki zróżnicowanej ofercie i formach działalności sponsorów (w większości umów sponsoringowych zawierane są klauzule o wyłączności branżowej, w związku z czym klub wspiera wielu sponsorów z różnych dziedzin gospodarki), wielu z nich może skorzystać na wzajemnej współpracy traktując klub jako platformę do budowania relacji, a zarazem maksymalizacji zysków w ramach dotychczasowej współpracy na linii sponsor - klub.**

---

19 Deloitte, Raport „1 Liga finansowa – sezon 2020/2021” – edycja 2021, październik 2021



### 3. CROWDFUNDING

W ostatnim czasie można dostrzec rosnący trend crowdfundingu jako formy wsparcia organizacji sportowych. Crowdfunding jest rozumiany jako „rodzaj gromadzenia i alokacji kapitału przekazywanego na rzecz rozwoju określonego przedsięwzięcia w zamian za określone świadczenie zwrotne, który angażuje szerokie grono dawców kapitału, charakteryzuje się wykorzystaniem technologii teleinformatycznych oraz niższą barierą wejścia i lepszymi warunkami transakcyjnymi niż ogólnodostępne na rynku”.<sup>20</sup> Warto wspomnieć, że z crowdfundingu jako metody pozyskania środków na funkcjonowanie klubu sportowego korzystają nie tylko mniejsze podmioty, ale także większe organizacje sportowe, które stanęły w obliczu problemów finansowych. Warto wyróżnić tu inicjatywy zagranicznych klubów piłkarskich takich jak Portsmouth F.C., Union Berlin czy Real Oviedo z ogromną bazą fanów, którzy wsparli klub w zamian za określone korzyści. W Polsce także możemy wskazać zakończone sukcesem akcje crowdfundingowe Wisły Kraków czy klubu siatkarskiego Trefl Gdańsk. Oba podmioty zwróciły się do swoich kibiców z prośbą o pomoc i zakończyły swoje zbiórki sukcesem.

---

20 Król K. (2013), *Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności*, Wydawnictwo Crowdfunding.pl, Warszawa.

W poszukiwaniu przyczyny tak dużej efektywności crowdfundingu należy wskazać kilka czynników. Przede wszystkim dzięki wspomnianej niższej barierze wejścia, de facto sponsorem klubu może zostać każdy kibic, co znacznie poszerza grono adresatów takiej kampanii. Ważnym aspektem tej formy finansowania jest emocjonalne związanie fanów klubu, którzy mniejszą rolę przykładają do zwrotu z danej inwestycji oraz ekwiwalentu za swoje wsparcie, a znacznie częściej wspierają swój klub z powodu więzi emocjonalnej i pozytywnych skojarzeń. Dodatkowym atutem crowdfundingu jest możliwość wykorzystania internetu i sieci społecznościowych, w których spędzamy coraz więcej czasu. Prowadzenie komunikacji kampanii crowdfundingowej w internecie daje praktycznie nieograniczone możliwości jeśli chodzi o zasięg akcji, a sam proces uzyskania finansowania jest bardzo prosty i często ogranicza się do internetowego przelewu środków na konto klubu.



### 3.1. RODZAJE CROWDFUNDINGU

Warto wyróżnić także typy crowdfundingu, w zależności od uzyskiwanej korzyści przez inwestora. W ramach finansowania społecznego możemy wyróżnić:

- c) **Crowdfunding inwestycyjny (udziałowy)** - w zamian za wpłatę środków finansujący otrzymuje udziały w spółce, prawo głosu i dywidendy. Zostaje jej akcjonariuszem (w przypadku spółki akcyjnej) bądź udziałowcem, co oznacza że w przypadku finansowania klubu sportowego może mieć wpływ na jego funkcjonowanie;
- d) **Crowdfunding dotacyjny** - finansujący nie dostaje świadczenia zwrotnego w zamian za wpłatę środków, tego rodzaju finansowanie opiera się głównie na działaniu charytatywnym;
- e) **Crowdfunding pożyczkowy** - finansujący uzyskuje wierzycelność od klubu na mocy której wpłacone środki zostaną zwrócone wraz z ustalonymi odsetkami;
- f) **Crowdfunding oparty na nagrodach** - finansujący w zamian za wpłatę otrzymuje określone nagrody materialne bądź niematerialne (w przypadku klubów sportowych najczęściej są to gadżety, spotkanie z zawodnikami, udział w wydarzeniach organizowanych przez klub). Warto wspomnieć, że zazwyczaj wartość określonego świadczenia materialnego jest niższa niż dokonana wpłata na rzecz klubu. [za Polskim Funduszem Rozwoju]<sup>21</sup>

---

21 <https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/finansowanie-spolesznosciowe-czyli-jak-zaczac-zbiorke-srodkow-na-rozwoj/>

Na polskim rynku działa wiele platform umożliwiających sprawne przeprowadzenie zbiórki opartej na nagrodach (tj. Zrzutka.pl, Patronite, Kickstarter), a także platform wyspecjalizowanych w crowdfundingu inwestycyjnym (tj. Beesfund, CrowdWay, CrowdConnect).

Warto wspomnieć, że działalność platform crowdfundingowych w Polsce jest w pełni legalna, ale nie została uregulowana wprost w krajowym ustawodawstwie. Platformy crowdfundingu inwestycyjnego wciąż działają na podstawie ustawy o ofercie publicznej. Aktualnie w Rządowym Centrum Legislacji są prowadzone prace nad ustawą, która będzie ułatwiała przeprowadzenie crowdfundingu inwestycyjnego.<sup>22</sup> Od 11 października 2021 roku projekt jest w fazie opiniowania.

Przy organizacji akcji crowdfundingowej nie sposób wspomnieć, że na organizatorach ciąży także obowiązek wynikający z przepisów ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, które wprowadzają m.in. obowiązek zapewnienia systemu teleinformatycznego, który będzie bezpieczny i poufny dla użytkowników. Obecne prawo reguluje kwestie finansowania społecznościowego i określa formy działalności jako oparte na przedsprzedaży i darowiznach, pożyczkach, ofertach publicznej sprzedaży akcji spółek akcyjnych oraz sprzedaży udziałów w spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością. W przypadku współpracy z profesjonalną platformą te obowiązki w nikłym stopniu dotyczą samego klubu czy organizacji sportowej.<sup>2324</sup>

---

22 <https://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12346354>

23 <https://www.parp.gov.pl/component/content/article/54127:crowdfunding-zasady-dzialania-i-europejskie-plany-regulacyjne>

24 Janeczek Bartłomiej, Crowdfunding jako forma wsparcia organizacji sportowej na przykładzie KS Kabel Kraków, 2020

### 3.2. CASE STUDY - CROWDFUNDING INWESTYCYJNY KTS WESZŁO

Jedną z najbardziej imponujących akcji pozyskania środków w ramach crowdfundingu inwestycyjnego była ta przeprowadzona przez KTS Weszło S.A., czyli spółkę reprezentującą klub KTS Weszło występujący aktualnie w warszawskiej klasie okręgowej. Założony w 2018 roku klub w ciągu trzech lat awansował o dwie klasy rozgrywkowe, a w październiku 2021 roku zdecydował się na emisję 20 proc. akcji w ramach oferty publicznej. W ciągu nieco ponad półtorej godziny zdołano zebrać kwotę maksymalną możliwą kwotę 4,5 mln złotych.

Ogromny wpływ na wynik emisji miała osoba jednego z założycieli klubu - Krzysztofa Stanowskiego, który jest jednym z najbardziej popularnych dziennikarzy sportowych w Polsce i osobiście włączył się w popularyzację akcji, ale także dodatkowe i niespotykane dotychczas prawa jakie mają przysługiwać akcjonariuszom. Dzięki specjalnej aplikacji mobilnej zyskują oni możliwość decydowania o losach i działaniach klubu na najniższym szczeblu decyzyjnym.<sup>25</sup>

Trudno przypuszczać, aby jakkolwiek emisja w przypadku innego klubu tej klasy rozgrywkowej zakończyła się tak spektakularnym sukcesem, ale na podstawie tego przypadku można stwierdzić, że przy atrakcyjnym i nowatorskim pomysłem angażującym kibiców w działalność klubu potencjalna emisja w ramach crowdfundingu może mieć spore szanse na sukces. Minusem takiego rozwiązania jest oczywiście zmniejszona kontrola nad działaniami klubu przez jego zarząd, a także koszty związane z emisją akcji.

---

25 <https://subiektywnieofinansach.pl/manager-pilkarski-na-zywo-kts-weszlo-emisja-krzysztof-stanowski/>

### **3.3. CASE STUDY - CROWDFUNDING OPARTY NA NAGRODACH KLUBU KS KABEL**

#### **KRAKÓW**

Kolejnym wartym uwagi przykładem sukcesu crowdfundingu jako formy pozyskiwania środków przez klub jest akcja klubu KS Kabel Kraków, która została szczegółowo opisana przez Bartłomieja Janeczka w publikacji „Crowdfunding jako forma wsparcia organizacji sportowej na przykładzie KS Kabel Kraków”.

Analizowany w artykule przykład udowadnia, iż skuteczny crowdfunding można zastosować także na poziomie lokalnym dysponując niewielką ilością środków finansowych, a co jest jeszcze częstszą bolączką mniejszych klubów w Polsce, przy ograniczonym kapitale ludzkim.

Pierwsza akcja crowdfundingowa klubu KS Kabel Kraków została przeprowadzona w 2019 roku pod hasłem „Reaktywacja”. Celem zbiórki było pokrycie kosztów związanych z reaktywacją klubu po 18 latach przerwanej działalności i likwidacji całego klubu. W komunikacji kampanii użyto przede wszystkim platform społecznościowych, które pozwoliły na darmowe i szerokie dotarcie do grupy docelowej projektu. O akcji pisały lokalne media, a kibice mogli dowiedzieć się o niej m.in. z Facebooka, Twittera, Instagrama i YouTube. Wśród oferowanych produktów kibice mogli nabyć typowe gadżety takiej jak szaliki czy klubowe koszulki, ale także mogli dostać nietypowy produkt jakim jest własne nazwisko na pamiątkowej tablicy w klubie. W ramach akcji uzyskano 5 390 złotych, a w akcji wzięło udział ponad 50 kibiców.

Znacznie lepszy efekt przyniosła akcja „KS Koronawirus” z marca 2020 roku, w ramach której kibice mogli zakupić bilety na wirtualny mecz z wykreowanym przeciwnikiem - KS Koronawirus, który miał symbolizować walkę z pandemią koronawirusa, a jednocześnie stanowić reakcję wobec kryzysu pandemicznego, który odbił się także na finansach klubu. Dodatkowo 10 proc. kwoty każdego biletu przeznaczano na wybraną akcję wspierającą ochronę służby zdrowia, a w akcji przewidziano także możliwość udziału innych klubów sportowych z całej Polski. Akcja szybko nabrała tempa, a w promocję bezpłatnie włączyli się takie portale sportowe jak TVP Sport, Przegląd Sportowy, WP Sportowe Fakty czy Weszło Junior. W całej akcji wzięło udział 89 organizacji i klubów sportowych z całej Polski, w tym także organizacje reprezentujące inne dyscypliny sportowe.

*Wspomniana wyżej akcja „KS Koronawirus” to nie tylko przykład sprawnie przeprowadzonej akcji crowdfundingowej, która swoim zasięgiem obejmuje uniwersalne grono odbiorców (w tym także tych, którzy chcą pomóc służbie zdrowia w kryzysowej sytuacji), ale także zyskuje zasięg ogólnopolski dzięki kreatywności i nieszablonowemu podejściu do tematu utraty środków związanych z zaprzestaniem podstawowej działalności klubu jaką jest organizacja meczów. Kibice biorący udział w akcji kierowali się głównie sentymentem i poczuciem solidarności, zwłaszcza że produkt im oferowany nie miał żadnej wartości materialnej, a był de facto „cegiełką” na rzecz klubu. To także dodatkowy argument przemawiający za tym, aby szeroko pojęty dział marketingu i promocji klubu nie był traktowany jako mniej ważna część zarządzania w klubie, gdyż jak wskazuje powyższy przykład, kompetencje zespołu w tym obszarze mogą przynieść realne i bezpośrednie korzyści danej organizacji sportowej.*

# FINASOWANIE KLUBÓW SPORTOWYCH ZE ŚRODKÓW PUBLICZNYCH

## 1) DOFINANSOWANIE ZE ŚRODKÓW SAMORZĄDOWYCH

Środki samorządowe są często podstawowym źródłem finansowania dla lokalnego klubu sportowego. Z danych zebranych przez dziennik „Rzeczpospolita” wynika, że w 2020 r. samorzady na wsparcie klubów sportowych wydały 271 mln zł. Rok wcześniej było to niemal 283 mln zł. Wiele klubów bez tego wsparcia nie mogłoby przetrwać.

Możliwość takowego dofinansowania zapewnia obowiązująca ustawa o sporcie z dnia 25 czerwca 2010 r. (tekst jedn. Dz.U. z 2020 r., poz. 1133 ze zm., dalej: „u.s.”) tworzenie warunków, w tym organizacyjnych, sprzyjających rozwojowi sportu określono jako zadanie własne jednostek samorządu terytorialnego.

Klub sportowy może otrzymywać dotację celową z budżetu samorządowego na podstawie wspomnianej uchwały rady gminy, rady miasta, rady powiatu czy sejmiku województwa, przy czym muszą zostać ku temu spełnione łącznie dwa niezbędne warunki:

- klub musi działać na obszarze jednostki samorządu terytorialnego, od której ma otrzymać dotację;
- musi to być klub, który nie działa w celu osiągnięcia zysku (niezależnie od jego formy prawnej, więc może to być także tzw. spółka non profit).

Umowa klubu sportowego z jednostką samorządu terytorialnego zgodnie z art. 221 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (tekst jedn. Dz. U. z 2019 r. poz. 869 ze zm.) powinna określać:

- 1) **szczegółowy opis zadania, w tym cel, na jaki dotacja została przyznana, i termin jego wykonania;**
- 2) **wysokość dotacji udzielanej podmiotowi wykonującemu zadanie i tryb płatności;**
- 3) **termin wykorzystania dotacji, nie dłuższy niż do dnia 31 grudnia danego roku budżetowego;**
- 4) **tryb kontroli wykonywania zadania;**
- 5) **termin i sposób rozliczenia udzielonej dotacji;**
- 6) **termin zwrotu niewykorzystanej części dotacji, nie dłuższy niż terminy zwrotu dotacji określone w niniejszym dziale.**

Dodatkową formą wsparcia publicznego ze środków samorządu terytorialnego są również stypendia sportowe dla zawodników i trenerów za osiągnięte sukcesy w międzynarodowym lub krajowym współzawodnictwie sportowym. Kryteriami przyjmowanymi przez rady gminy, rady miasta, rady powiatu czy sejmiki województwa w dookreślaniu szczegółowych zasad, trybu przyznawania i pozbawiania oraz rodzajów i wysokości stypendiów sportowych, nagród i wyróżnień są:

- znaczenie danego sportu dla tej jednostki samorządu terytorialnego; oraz
- osiągnięty wynik sportowy.

W jednostkach samorządu terytorialnego mogą działać również rady sportu, które są tworzone przez organy wykonawcze gminy. Ustalają one skład i zasady powoływania członków rad sportu, a także wewnętrzne regulaminy. Rady sportu typowane są spośród przedstawicieli **organizacji i instytucji realizujących zadania w zakresie kultury fizycznej.**

**Do zadań rady sportu należy w szczególności opiniowanie:**

- 1) strategii rozwoju gmin, powiatów i województw w zakresie kultury fizycznej;
- 2) projektu budżetu w części dotyczącej kultury fizycznej;
- 3) programów rozwoju bazy sportowej na danym terenie, w tym w szczególności miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie dotyczącym terenów wykorzystywanych na cele kultury fizycznej;
- 4) projektów uchwał, o których mowa w art. 27 ust. 2.

Członkowie rad sportu wykonują swoje funkcje społecznie. W gminach, które istnieją takie rady, często pełnią one ważną funkcję doradczą przy rozdzielaniu środków. Dlatego klubowi powinni za cel postawić sobie posiadania silnej reprezentacji w takowej radzie.

## 2) DOFINANSOWANIE ZE ŚRODKÓW RZĄDOWYCH DEDYKOWANE KLUBOM

### 2A) PROGRAM KLUB

Celem programu jest bezpośrednie wsparcie finansowe małych i średnich klubów sportowych, które działają jako stowarzyszenia od co najmniej 3 lata i prowadzą zajęcia sportowe z dziećmi i młodzieżą do 18 roku życia, a przedmiotem finansowania są elementy wpływające na efektywne funkcjonowanie klubu sportowego:

- 1) wynagrodzenie szkoleniowców prowadzących zajęcia sportowe,
- 2) organizacja obozów sportowych,
- 3) zakupu sprzętu sportowego

Na pierwszą edycję programu przeznaczono kwotę 24 milionów złotych. Dzięki tej kwocie wsparto 2151 małych i średnich klubów sportowych. Dofinansowano pracę szkoleniowców, którzy prowadzili zajęcia sportowe dla 130 000 dzieci i młodzieży. W 2019 roku na realizację programu przeznaczono kwotę 43 milionów złotych, wspierając ponad 3800 małych i średnich klubów. W 2020 roku do małych i średnich klubów sportowych kwota ponad 54 miliony złotych, dzięki temu wsparcie z Ministerstwa Sportu otrzymało blisko 4900 lokalnych środowisk sportowych w całej Polsce. W 2021 roku wsparcie znów uległo zwiększeniu i przekroczyło 57 milionów złotych. Rekordowa była także liczba wspartych klubów i wyniosła 5131 podmiotów. Maksymalna kwota dofinansowania wynosi 15 tysięcy złotych dla klubów wielosekcyjnych oraz 10 tysięcy złotych dla klubów jednosekcyjnych.

  
**WITAJ W KLUBIE**  
**RZĄDOWY PROGRAM**  
**„KLUB”**

## **2B) SPORTOWA POLSKA**

Celem programu „Sportowa Polska – Program rozwoju lokalnej infrastruktury sportowej” jest wsparcie realizacji zadań inwestycyjnych dotyczących obiektów sportowych na terenie całego kraju. Dofinansowaniem mogą zostać objęte obiekty ogólnodostępne, umożliwiające masowe uprawianie sportu. Wstępna wysokość środków finansowych, planowana do przyznania w ramach dofinansowań Pula finansowania w edycji 2021 wynosiła 250 mln zł.

Program podzielony jest na trzy grupy:

Pierwsza Grupa to zadania inwestycyjne mające na celu poprawę stanu przyszkolnej infrastruktury sportowej.

Druga Grupa to zadania, których celem jest poprawa warunków treningowych dla sportowców.

Trzecia Grupa to zadania dotyczące budowy nowej (nieprzyszkolnej) infrastruktury sportowej, dającej możliwość aktywnego spędzania czasu wolnego.

Co interesujące program „Sportowa Polska” jest programem do którego aplikować mogą zarówno kluby sportowe działające jako stowarzyszenia bez celu generowania zysku, jednostki sektora finansów publicznych oraz spółki prawa handlowego utworzone przez jednostki samorządu terytorialnego, które posiadają własną osobowość prawną.

### **2c) Fundusz Rozwoju Kultury Fizycznej**

Fundusz celowy, którego dysponentem jest Minister Sportu i Turystyki, przeznaczony jest między innymi na dofinansowanie sportowych zadań inwestycyjnych. Środki na jego stworzenie pochodzą z wpływów z podatku od gier i zakładów.

## **2D) PROGRAM ZADASZENIA BOISK PIŁKARSKICH**

Celem Programu jest stworzenie warunków do całorocznego treningu oraz szkolenia piłkarskiego. Jego realizacja ma na celu zwiększenie dostępności do infrastruktury piłkarskiej w sezonie jesienno-zimowym. Program jest elementem rządowej koncepcji dotyczącej rozwoju piłki nożnej w Polsce. To odpowiedź na stwierdzony deficyt obiektów zadaszonych, a także pierwsze przedsięwzięcie o charakterze ogólnopolskim, inicjującym oraz wspierającym inwestycje w zakresie zadaszeń pełnowymiarowych boisk piłkarskich.

W 2021 odbyła się druga edycja tego programu. Alokacja środków wyniosła 20 mln złotych. Środki na realizację Programu pochodzą z Funduszu Rozwoju Kultury Fizycznej, której dysponentem jest Ministerstwo Sportu. Dofinansowaniem mogą być objęte zadania inwestycyjne dotyczące budowy infrastruktury piłkarskiej w 2 wariantach realizacyjnych:

- 1) zadaszenie istniejącego boiska piłkarskiego o wymiarach minimum 90 m x 45 m;
- 2) budowa nowego pełnowymiarowego (105 m x 68 m) boiska piłkarskiego wraz z zadaszeniem.

Dofinansowanie realizacji może wynieść: do 50% wydatków kwalifikowanych, nie więcej jednak niż 1,5 mln zł, w przypadku pierwszego wariantu oraz 3 mln zł w przypadku wariantu drugiego

### **3) DOFINANSOWANIE ZE ŚRODKÓW RZĄDOWYCH DLA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH**

#### **3A) FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH – FIO**

Organizatorem konkursu jest Narodowy Instytut Wolności. Realizacja Funduszu podzielona jest na trzy priorytety. Priorytet 2 obejmuje wsparcie aktywności społecznej na rzecz dobra wspólnego, zwiększanie aktywności i samoorganizacji obywatelskiej przyczyniające do budowania i powiększania kapitału społecznego. Priorytet 3 dotyczy zwiększanie obecności organizacji obywatelskich w życiu publicznym, wspierania dialogu obywatelskiego, procesów konsultacji, tworzenia forum debaty publicznej i budowania potencjału organizacji. Priorytet 4 wzmacnia kompetencje organizacji obywatelskich. Skutkuje to poprawą zarządzania w organizacjach obywatelskich, budowania struktur, tworzenia i doskonalenia zasobów, tworzenia i rozwijania strategii działania organizacji. Dla klubów sportowych najbardziej optymalny wydaje się być Priorytet II – można w ramach tego priorytetu finansować m.in. szkolenia sportowe dla dzieci, turnieje, wyjazdy szkoleniowe etc

Nabory zwykle prowadzone są pod koniec roku kalendarzowego. W roku 2021 nabór trwa do 30 grudnia 2021 roku, organizacje mogą otrzymać do 100% dofinansowania. Wysokość wsparcia warunkowana jest rodzajem priorytetów. 50-300 tys. PLN dla Priorytetu 2 i 3, 150-400 tys. PLN dla Priorytetu 4.

#### **4A) PROO 1A – ROZWÓJ INSTYTUCJONALNY, PROO 2A – MEDIA OBYWATELSKIE, PROO 3 KAPITAŁY ŻELAZNE**

Organizatorem konkursu jest Narodowy Instytut Wolności. Kluby sportowe mogłyby ubiegać się o dofinansowanie w ramach 3 programów PROO.

PROO 1a: realizację działań misyjnych (statutowych) oraz wzmocnienie instytucjonalne. Najszerszy priorytet służący budowaniu potencjału organizacji. W ramach niego można zatrudnić pracowników do klubu, zakupić niezbędny sprzęt, zapewnić klubowi profesjonalną obsługę prawną i księgową, wynająć siedzibę, opłacić trenerów a nawet piłkarzy do klubu.

PROO 2a: działania obejmujące kompleksowe przygotowanie Wnioskodawcy do utworzenia kapitału żelaznego. W ramach tego priorytetu można pozyskać środki na wszelkie działania zmierzające do pozyskiwania środków. Pomocne zwłaszcza dla klubów, które chcą rozwijać takie inicjatywy jak np. klub biznesu czy inne działania, zmierzające do pozyskiwania środków.

PROO 3: wsparcie inicjatyw służących rozwojowi instytucjonalnemu oraz realizacji działań statutowych przez organizacje strażnicze i lokalne media obywatelskie, działające na rzecz tworzenia przestrzeni dla pluralistycznej debaty wokół istotnych spraw publicznych, monitorowania działań instytucji publicznych i prywatnych w duchu troski o dobro wspólne, w szczególności tam, gdzie podejmowane są decyzje lub stanowione jest prawo. To wydaje się być najtrudniejszy dla klubów priorytet, aczkolwiek wydaje się że istnieje szansa na uzyskanie dofinansowania na sprofilowaną odpowiednio telewizję klubową.