

ПРИЛОЖЕНИЕ №4
к Регламенту ОЛИМП - Первенства России
по футболу среди команд клубов ПФЛ сезона 2019-2020 годов

**КОММЕРЧЕСКИЙ РЕГЛАМЕНТ
ОЛИМП - ПЕРВЕНСТВА РОССИИ ПО ФУТБОЛУ
СРЕДИ КОМАНД КЛУБОВ ПФЛ
СЕЗОНА 2019-2020 ГОДОВ**

Понятия и термины, применяемые в Коммерческом Регламенте

Коммерческий Регламент	–	Коммерческий Регламент ОЛИМП - Первенства России по футболу среди команд клубов ПФЛ 2019-2020 годов
Первая линия рекламных конструкций	–	Рекламные конструкции, располагаемые по трем сторонам футбольного поля в зоне видимости ТВ-камер.
Вторая линия рекламных конструкций	–	Рекламные конструкции, располагаемые на стадионе за первой линией рекламных конструкций (на беговых дорожках, ограждениях трибун и т.п.).
Медиаплан (для СДУ)	–	График распределения рекламного времени с указанием порядка выхода материалов Спонсоров (партнеров).
Спонсор (Партнер) Клуба	–	Юридическое или физическое лицо, заключившее спонсорский (партнерский) договор с Клубом.
Стикер-наклейка	–	Самоклеящаяся бумага с изображением товарного знака / логотипа Спонсора (партнера) ПФЛ
Технический спонсор	–	Лицо, которое предоставляет спортивный инвентарь, используемый для проведения Матчей Кубка, или обеспечивает его предоставление (независимо от способов).
Титульный спонсор	–	Лицо, которому предоставляется право на включение в наименование Кубка и его символику товарного знака, коммерческого обозначения или наименования Спонсора.
Товарная категория	–	Совокупность товаров, которые имеют схожие характеристики.
Flash-интервью	–	Интервью с участником Матча, одним из тренеров играющих команд до, в перерыве или сразу после окончания Матча.

СТАТЬЯ 1

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. В соответствии со статьями 74, 75 Устава ФИФА, статьей 20 Федерального закона РФ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» № 329-ФЗ от 04 декабря 2007 года РФС, как организатору общероссийских футбольных соревнований принадлежат, без каких-либо ограничений в отношении содержания, объема, времени, места и законодательства исключительные права на использование наименований соревнований и их символики, исключительные права на размещение рекламы товаров, работ и услуг в местах проведения соревнований, исключительные права на определение производителей спортивной экипировки, спортивного оборудования и инвентаря, используемых на соревнованиях, а также исключительные права на освещение соревнований посредством трансляции изображения и (или) звука матчей соревнований любыми способами и (или) с помощью любых технологий, а также посредством осуществления записи указанной трансляции и (или) фотосъемки матчей соревнований.

РФС имеет исключительное право устанавливать порядок использования всех прав, возникающих в связи с соревнованиями, проходящими под его эгидой.

1.2. К коммерческим правам, принадлежащим РФС как организатору Первенства, и переданным ПФЛ, относится:

а) право на использование наименования Первенства и его символики в коммерческих целях;

б) право назначения официальных (в том числе титульного) и иных спонсоров и партнеров Первенства;

в) право на размещение рекламы товаров, работ и услуг в местах проведения Первенства, в том числе на рекламных конструкциях, расположенных по периметру футбольного поля соответствующего Стадиона, на кабинке/скамейке для запасных игроков; на электронно-информационном табло соответствующего Стадиона; на других носителях, включая (но не ограничиваясь этим) трибуны, балконы соответствующего Стадиона, временные конструкции и установки, на форме игроков, если это не противоречит нормам ФИФА и УЕФА; посредством аудио объявлений;

г) право на определение производителей спортивной экипировки, спортивного оборудования и инвентаря, используемых при проведении Первенства, если это не противоречит нормам ФИФА и УЕФА;

д) право на выпуск входных билетов на Матчи Первенства и получение выручки от их реализации, а также исключительные права на освещение Первенства посредством трансляции изображения и (или) звука Матчей Первенства любыми способами и (или) с помощью любых технологий, а также посредством осуществления записи указанной трансляции и (или) фотосъемки Матчей Первенства;

е) иные права, предусмотренные законодательством Российской Федерации, Регламентом и нормами ФИФА, УЕФА и РФС, принадлежащие РФС как организатору Первенства.

1.3. В соответствии с договором о передаче коммерческих прав, заключенным между РФС и ПФЛ, ПФЛ переданы на исключительной основе во временное возмездное использование на период с 01 июля 2018 года по 30 июня 2022 года включительно коммерческие права и права на освещение в отношении следующих соревнований:

а) Первенство России по футболу среди команд клубов ПФЛ сезона 2018-2019 годов;

б) Первенство России по футболу среди команд клубов ПФЛ сезона 2019-2020 годов;

- в) Первенство России по футболу среди команд клубов ПФЛ сезона 2020-2021 годов.
- г) Первенство России по футболу среди команд клубов ПФЛ сезона 2021-2022 годов.

СТАТЬЯ 2 ОБЯЗАННОСТИ КЛУБА

2.1. В целях соблюдения законодательства РФ и исполнения обязательств перед Спонсорами (партнерами) Первенства и/или ПФЛ Клуб обязан обеспечить условия сохранения эксклюзивности прав, предоставленных Спонсорам (партнерам) Первенства и/или ПФЛ и не заключать договоры (контракты, соглашения и др.), которые могут ограничить или препятствовать использованию прав, предоставленных Спонсорам (партнерам) Первенства и/или ПФЛ, за исключением случаев:

- а) заключения одного договора с Техническим спонсором Клуба (по категориям «спортивная форма» и «инвентарь»);
- б) заключения договоров (контрактов, соглашений) до даты заключения договора между ПФЛ и соответствующим Спонсором (партнером) ПФЛ;
- в) заключения договоров (контрактов, соглашений) при наличии письменного согласия ПФЛ.

2.2. Клуб обязан согласовывать размещения на щитовых конструкциях, спортивной форме, иных рекламных носителях на Стадионе рекламных материалов юридических лиц, конкурирующих со Спонсорами (партнерами) Первенства и/или ПФЛ по основным товарным категориям (за исключением рекламных материалов, размещаемых согласно заключенным договорам в соответствии с п. 2.1. настоящего Регламента).

2.3. Клуб обязан соблюдать требования Федерального закона «О рекламе» от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ и иных нормативно-правовых актов Российской Федерации.

2.4. Клуб обязан разместить не менее 26 (двадцати шести) рекламных баннеров на статичных (щитовых) рекламных конструкциях по трем сторонам футбольного поля в зоне видимости телевизионных камер размером 5м x 1м согласно Приложения № 1 к настоящему Регламенту (первая линия рекламных конструкций).

2.5. Клуб при размещении баннеров на иных рекламных конструкциях Стадиона должен соблюдать следующий принцип распределения площадей: 50% рекламных баннеров предназначены для размещения рекламных материалов Спонсоров (партнеров) ПФЛ, 50% рекламных баннеров предназначены для размещения рекламных материалов Спонсоров (партнеров) Клубов.

Рекламные материалы, предоставленные ПФЛ, не могут быть изменены Клубом по форме и/или содержанию без разрешения ПФЛ.

2.6. Клуб должен обеспечить размещение первой линии рекламных конструкций на расстоянии не более 4-5 (четырёх пяти) метров от боковой линии футбольного поля и 3-4 (трех четырех метров) от линии ворот.

Угол наклона плоскости рекламных конструкций к футбольному полю должен быть не менее 80 (восемидесяти пяти) и не более 90 (девятидесяти) градусов.

Рекламные конструкции первой линии должны быть неразрывны, кроме случая их расположения со стороны технической зоны команд (мест запасных игроков). В случае, если конструктивные особенности спортивного сооружения не позволяют обеспечить неразрывность рекламных конструкций как вдоль одной линии футбольного поля, так и между собой в зоне углового флага, допускается наличие разрыва между рекламными конструкциями первой линии при условии предварительного согласования с Администрацией ПФЛ.

2.7. В случае отсутствия у Клуба достаточного для заполнения всех рекламных конструкций первой линии количества баннеров Спонсоров (партнеров) Клуба, данные конструкции по возможности должны быть заполнены баннерами с рекламой Клуба, например, логотип, адрес официального сайта, достижения и т.п.

2.8. В период проведения Матчей Принимающий Клуб должен обеспечить отсутствие перед первой линией рекламных конструкций, техперсонала, фотокорреспондентов, сотрудников служб безопасности, за исключением случаев, когда присутствие указанных сотрудников продиктовано служебной необходимостью, запасных игроков, юных футболистов, подающих мячи, за исключением их нахождения в целях подачи мяча, и любых других лиц, а также предметов, которые загораживают указанные конструкции от обзора телевизионных камер или каким-либо иным образом нарушают визуальное восприятие информации, размещенной на указанных рекламных конструкциях.

2.9. Использование рекламно-информационных панно (задников) для Пресс-конференций, в том числе для коротких интервью (Flash-интервью), и Смешанной зоны, предоставленных ПФЛ, Клубами осуществляется в следующем порядке: в зависимости от технических возможностей Стадиона допускается изменение размеров рекламно-информационных панно (задников) при условии сохранения целостности блоков рекламных изображений (логотипов) и соблюдения принципа распределения общей рекламной площади (50% площади предназначено для размещения рекламных изображений (логотипов) Спонсоров (партнеров) ПФЛ, 50% площади предназначено для размещения рекламных изображений (логотипов) Спонсоров и партнеров Клубов.

2.10. В случае отсутствия достаточного количества изображений (логотипов) Спонсоров (партнеров) Клуба для заполнения всей площади предназначенной для Клуба на рекламно-информационных панно (задниках), площадь заполняется рекламой Клуба: логотип, название клуба, адрес официального сайта и т.п.

2.11. Принимающий Клуб обеспечивает выпуск и распространение программ (предматчевого журнала) и афиш к Матчам.

2.12. Клуб обязан обеспечить размещение товарных знаков / логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ, согласно макетам, предоставленным ПФЛ, а также Клуб обязан разместить официальное наименование соревнования неразрывно с эмблемой Первенства, в случае ее наличия, на лицевой (титульной) стороне всех видов печатной продукции, выпускаемой в связи с проведением Матчей: входные билеты, программки (предматчевых журналов), афиши, приглашения, пропуска, авто пропуска, пресс-релизы и др.

2.13. Размеры логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ, размещаемые на печатной продукции, выпускаемой к Матчам Клубами, должны быть не меньше размеров логотипов Спонсоров (партнеров) Клуба и должны располагаться отдельным блоком, согласно Приложению №2 к настоящему Регламенту. Проекты размещения логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ, размещаемые на печатной продукции, выпускаемой к Матчам Клубами, должны быть предварительно проверены и согласованы с Администрацией ПФЛ.

2.14. Схема расположения товарных знаков / логотипов, размещаемых на печатной продукции, выпускаемой к Матчам, их форма и содержание не могут быть изменены Клубом без согласования ПФЛ.

2.15. Клуб обязан при наличии технической возможности обеспечить размещение представленных ПФЛ рекламных материалов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ на электронно-информационном табло Стадиона, в том числе:

- а) в форме рекламных роликов в объеме: до 4 минут до начала Матча, до 4 минут в перерыве Матча, до 4 минут по окончании Матча;

- б) в форме логотипов и символов в объеме: до 2 минут до начала Матча, до 2 минут в перерыве Матча, до 2 минут по окончании Матча, до 4 минут в течение времени каждого тайма Матча.

2.16. Количество и очередность размещения Клубом рекламных материалов Спонсоров (партнеров) ПФЛ на электронно-информационном табло Стадиона должны соответствовать предоставленному в ПФЛ Медиа-плану.

2.17. Клуб обязан обеспечить размещение рекламных материалов (Стикеров) Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ, предоставленных ПФЛ, на кабинках для запасных игроков в соответствии с Приложением №5 к настоящему Регламенту, как с внутренней, так и по указанию Администрации ПФЛ, с внешней стороны.

2.18. Если Администрацией ПФЛ не указано иное, Стикеры размещаются Клубом внутри кабинок, где размещены места для запасных игроков, таким образом, чтобы при нахождении на местах запасных игроков и административного персонала команды, Стикер попадал в зону видимости ТВ- и фотокамер.

2.19. В случае наличия требований со стороны Титульного спонсора Первенства, Клуб обеспечивает размещение эмблемы ПФЛ с информацией о Титульном спонсоре Первенства или эмблемы Первенства на правом рукаве игровой формы всех игроков Команды.

В случае отсутствия Титульного спонсора Первенства или отсутствия требований со стороны Титульного спонсора Первенства, Клуб по решению ПФЛ обеспечивает размещение эмблемы ПФЛ на правом рукаве игровой формы всех игроков Команды.

2.20. Принимающий Клуб обеспечивает размещение аудио рекламы Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ на Стадионе во время проведения Матча в соответствии с материалами, предоставленными ПФЛ в следующем объеме:

- а) до 6 роликов/объявлений диктора – до начала Матча;
- б) до 6 роликов/объявлений диктора – в перерыве Матча;
- в) до 6 роликов/объявлений диктора – после окончания Матча.

Продолжительность одного ролика/объявления диктора – не более 15 секунд.

2.21. Количество и очередность размещения аудио-роликов / объявлений диктора Спонсоров (партнеров) ПФЛ на Стадионе во время проведения Матча должны соответствовать, предоставленному в ПФЛ, Медиа-плану.

2.22. Принимающий Клуб обязан обеспечить осуществление на Стадионе во время проведения Матча демонстрации, бесплатного распространения, розыгрышей продукции, а также проведения других мероприятий Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ, при условии, что их проведение было согласовано с Принимающим Клубом не позднее, чем за 7 (семь) дней до Матча. Предоставление бесплатных билетов для Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ в установленном Администрацией ПФЛ объеме, осуществляется Клубами через кассы стадиона или по согласованию с представителем Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ иным способом, при этом, в случае не обращения представителя Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ для получения билетов не позднее, чем за 3 часа до начала Матча, Клуб вправе реализовать выделенные билеты по своему усмотрению.

2.23. Принимающий Клуб обязан решить все организационные и технические вопросы, возникающие в связи с выполнением обязательств перед Спонсорами (партнерами) Первенства и/или ПФЛ с администрацией Стадионов, а в случае необходимости – с территориальными органами внутренних дел.

2.24. Принимающий Клуб обязан не менее, чем за 3 (три) часа до начала Матча на Стадионе обеспечить размещение всех рекламных материалов в соответствии с Коммерческим Регламентом.

2.25. Клуб обязан соблюдать единые требования и стандарты в отношении размещения рекламных материалов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ на любых рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом.

2.26. Клуб вправе по дополнительному согласованию с ПФЛ использовать свободные рекламные поверхности, принадлежащие ПФЛ.

2.27. Клуб обязан направить в адрес ПФЛ ежемесячно, после проведенных за данный период Матчей, по 4 экземпляра каждого вида печатной продукции: входных билетов, программ (предматчевых журналов), афиш, а также по письменному запросу Администрации ПФЛ фотографии рекламных конструкций, информационных панно, стикеров, размещенных на Стадионе.

В случае изготовления иной печатной продукции Клуб направляет ее по письменному запросу Администрации ПФЛ.

СТАТЬЯ 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ БАННЕРАМ и ЭЛЕКТРОННЫМ РЕКЛАМНЫМ КОНСТРУКЦИЯМ

3.1. Баннеры для статичных (щитовых) рекламных конструкций изготавливаются из виниловой ткани и должны иметь размеры:

- а) высота - 1,0 м;
- б) длина 5,0 м и/или 10,0 м.

3.2. Расположение и размер рекламных баннеров Клуба, размещаемых на Первой линии рекламных конструкций должен соответствовать Схеме, согласно Приложению №1 к настоящему Регламенту. Расположение и размеры баннеров не могут быть изменены Клубом без разрешения Администрации ПФЛ.

3.3. Электронные рекламные конструкции должны соответствовать следующим требованиям:

- а) высота от 0,9 до 1,0 метра;
- б) длина – не менее 160 метров;

СТАТЬЯ 4 ТРЕБОВАНИЯ К ОФИЦИАЛЬНОМУ САЙТУ КЛУБА

4.1. Клуб должен обеспечить размещение товарных знаков / логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ на домашней странице официального сайта Клуба в сети Интернет с установлением ссылок на домашние страницы Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ.

При этом размеры логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ должны быть не меньше размеров логотипов Спонсоров (партнеров) Клубов и должны располагаться отдельным блоком, согласно Приложению №3 к настоящему Регламенту.

В целях контроля соблюдения требований размещения логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ на странице официального сайта Клуба по запросу Администрации ПФЛ, Клуб обязан предоставить макеты (скриншоты) указанных страниц, при этом Клуб вправе провести согласование размещения логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ до начала соревнований.

4.2 Размещение рекламы, за исключением рекламы Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ПФЛ, во время интернет-трансляции Матча, в том числе с использованием официального сайта Клуба, должно быть предварительно согласовано с Администрацией ПФЛ.

СТАТЬЯ 5

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ КЛУБУ

5.1. ПФЛ предоставляет Клубу следующие рекламные материалы, оборудование и предметы экипировки, необходимые для реализации обязательств ПФЛ перед Спонсорами (партнерами) Первенства и/или ПФЛ:

- а) баннеры для размещения на первой линии рекламных конструкций;
- б) рекламные аудио- и видеоматериалы для их размещения на Стадионе при проведении Матчей;
- в) макеты рекламных материалов/рекламные материалы для изготовления и размещения на рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;
- г) стикеры для размещения на скамейках запасных игроков команд;
- д) иные материалы необходимые для исполнения положений Коммерческого Регламента.

СТАТЬЯ 6

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

6.1. Все положения (порядок оказания услуг, размер сумм, порядок расчета, сроки, ответственность сторон, штрафные санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение указанных выше требований, и т.д.), не предусмотренные настоящим Регламентом, регулируются договорами между ПФЛ и Клубами, а также решениями Общего собрания ПФЛ, Совета Лиги и имеющими обязательную силу для всех Клубов.

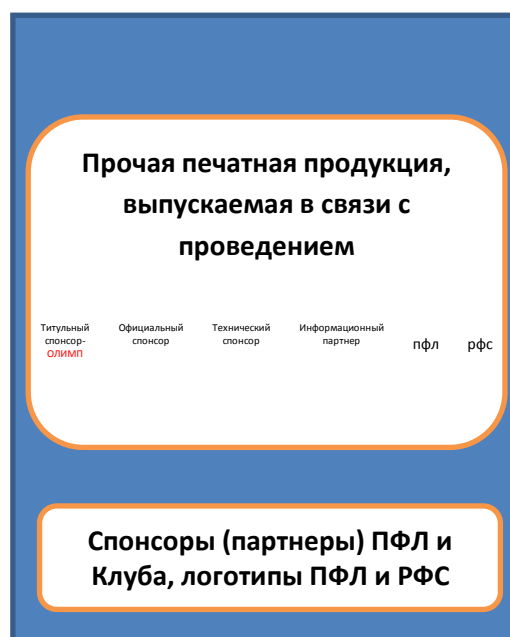
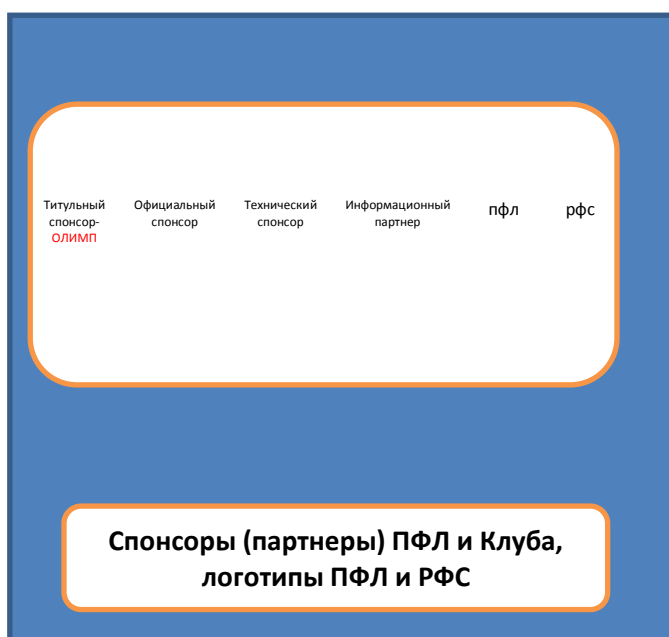
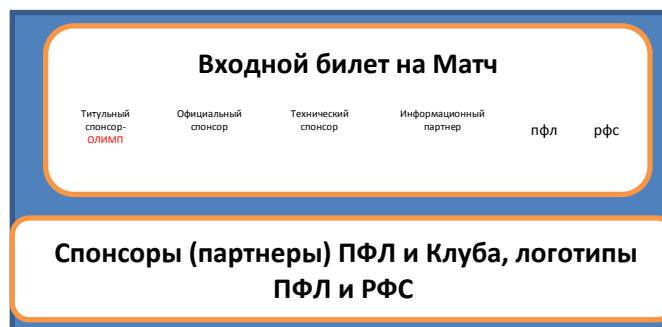
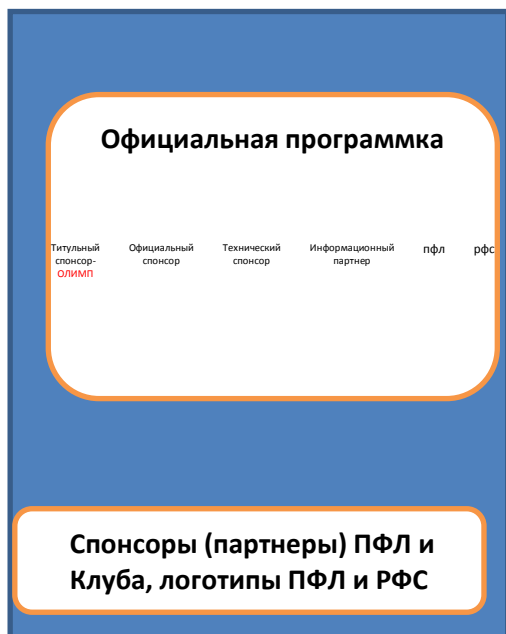
ПРИЛОЖЕНИЕ № 1
к Коммерческому Регламенту

Схема размещения и размеров рекламных материалов Спонсоров (партнёров) ПФЛ и Клуба, размещаемых на Первой линии рекламных конструкций.



ПРИЛОЖЕНИЕ №2 к Коммерческому Регламенту

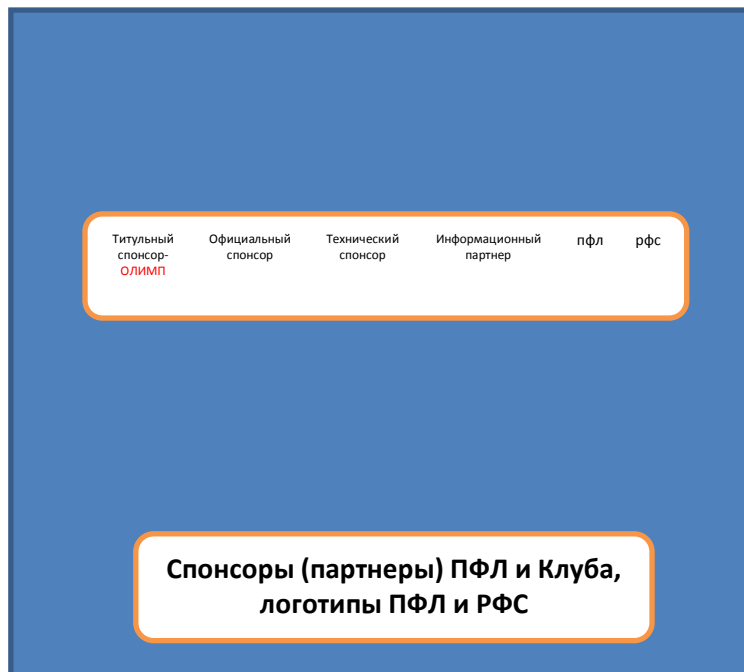
Схема размещения блока товарных знаков / логотипов Спонсоров (партнеров) ПФЛ, логотипов РФС и ПФЛ на печатной продукции, выпускаемой в связи с проведением Матча.



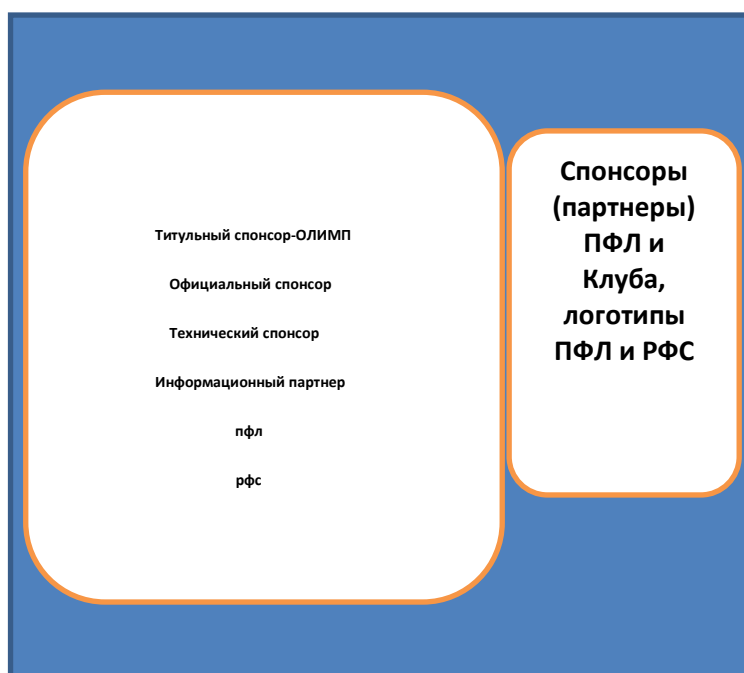
**ПРИЛОЖЕНИЕ №3
к Коммерческому Регламенту**

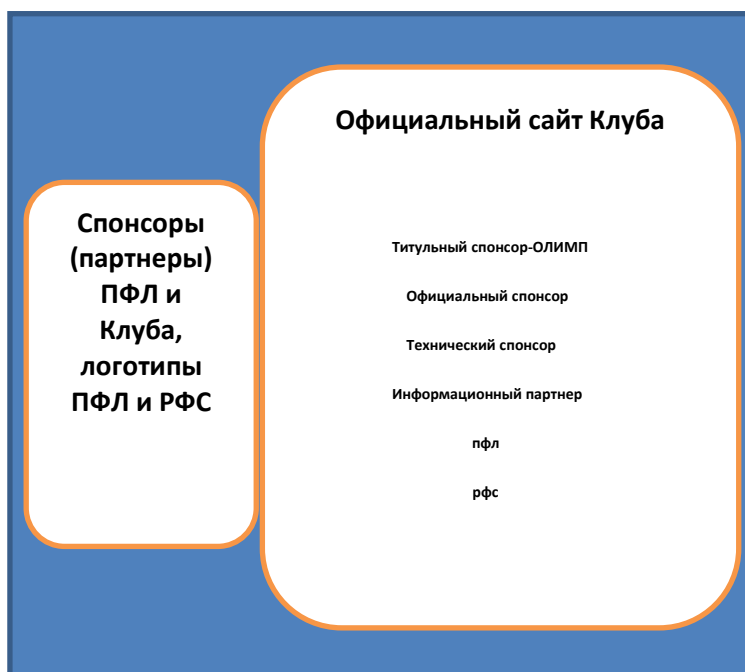
Схема размещение блока товарных знаков / логотипов Спонсоров (партнеров) ПФЛ,
логотипов РФС и ПФЛ на официальном сайте Клуба.

ВАРИАНТ №1



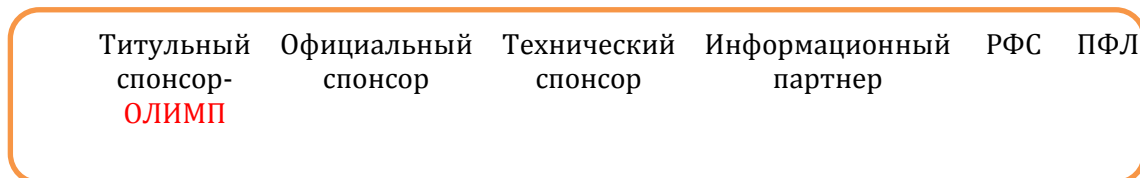
ВАРИАНТ №2



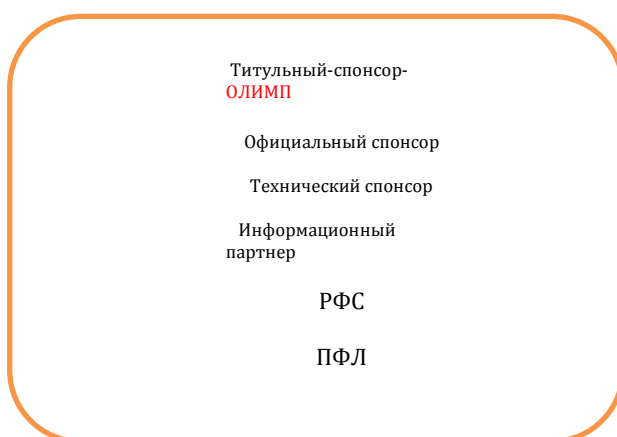


ПРИЛОЖЕНИЕ №4
к Коммерческому Регламенту
Схема размещения логотипов в блоке товарных знаков / логотипов Спонсоров
(партнеров) ПФЛ, логотипов РФС и ПФЛ.

ВАРИАНТ №1

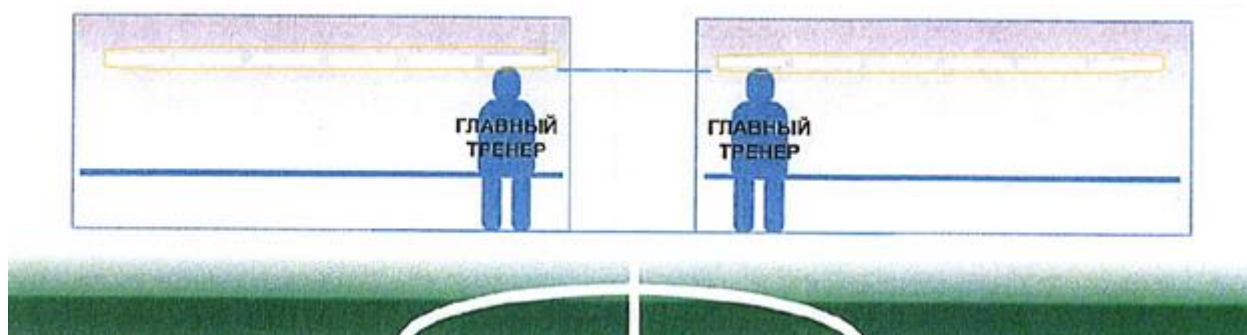


ВАРИАНТ №2



ПРИЛОЖЕНИЕ №5 к Коммерческому Регламенту

Схема размещения рекламных материалов Спонсоров (партнеров) ПФЛ на кабинках запасных игроков Команд.



РФС ПФЛ	Информационный партнер ПФЛ/клуба	Технический спонсор ПФЛ/клуба	Официальный спонсор ПФЛ/клуба	Титульный спонсор- ОЛИМП	Титульный спонсор- ОЛИМП
------------	-------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

Титульный спонсор- ОЛИМП	Титульный спонсор- ОЛИМП	Официальный спонсор ПФЛ/клуба	Технический спонсор ПФЛ/клуба	Информационный партнер ПФЛ/клуба	РФС ПФЛ
------------------------------------	------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	------------