

ПРИЛОЖЕНИЕ № 3
к Регламенту Первенства России
по футболу среди команд клубов
Футбольной Национальной Лиги
сезона 2014-2015 годов

КОММЕРЧЕСКИЙ РЕГЛАМЕНТ
ПЕРВЕНСТВА РОССИИ ПО ФУТБОЛУ
СРЕДИ КОМАНД КЛУБОВ ФУТБОЛЬНОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЛИГИ
СЕЗОНА 2014-2015 ГОДОВ

МОСКВА
2014

Понятия и термины, применяемые в Коммерческом Регламенте

Вторая линия рекламных конструкций	–	Рекламные конструкции, располагаемые на стадионе за первой линией рекламных конструкций (на беговых дорожках, ограждениях трибун и т.п.)
Коммерческий Регламент	–	Коммерческий Регламент Первенство России по футболу среди команд клубов Футбольной Национальной Лиги сезона 2013-2014 годов
Медиа-план	–	График распределения рекламного времени с указанием порядка выхода материалов Спонсоров (партнеров) ФНЛ.
Первая линия рекламных конструкций	–	Рекламные конструкции, располагаемые по трем сторонам футбольного поля в зоне видимости ТВ-камер
Спонсор (партнер) Клуба	–	Юридическое или физическое лицо, заключившее спонсорский (партнерский) договор с Клубом
Стикер	–	Самоклеющаяся бумага с изображением товарного знака / логотипа Спонсора (партнера) ФНЛ, РФС, ФНЛ
Технический спонсор	–	Лицо, которое предоставляет спортивный инвентарь, используемый для проведения Матчей Первенства, или обеспечивает его предоставление (независимо от способов).
Титульный спонсор	–	Лицо, которому предоставляется право на включение в наименование Первенства 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 Закона РФ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» 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 ФНЛ, относятся:

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;

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 ФНЛ, ФНЛ переданы на исключительной основе во временное возмездное пользование на период с 01 июля 2012 года по 30 июня 2018 года коммерческие права и права на освещение в отношении следующих соревнований:

- а) Первенство России по футболу среди команд клубов ФНЛ сезона 2012-2013 годов;
- б) Первенство России по футболу среди команд клубов ФНЛ сезона 2013-2014 годов;
- в) Первенство России по футболу среди команд клубов ФНЛ сезона 2014-2015 годов.
- г) Первенства России по футболу среди команд клубов ФНЛ сезона 2015-2016 годов.
- д) Первенства России по футболу среди команд клубов ФНЛ сезона 2016-2017 годов.
- е) Первенства России по футболу среди команд клубов ФНЛ сезона 2017-2018 годов.

СТАТЬЯ 2 ОБЯЗАННОСТИ КЛУБА

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

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

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

2.3. Клуб обязан соблюдать требования Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ и иных нормативно-правовых актов Российской Федерации.

2.4. Клуб обязан разместить 46 (сорок шесть) рекламных баннеров на статичных (щитовых) рекламных конструкциях по трем сторонам футбольного поля в зоне видимости телевизионных камер размером 5м x 1м и 6м x 1м согласно Приложения № 1 к настоящему Регламенту.

2.5. Клуб при размещении баннеров на иных рекламных конструкциях Стадиона должен соблюдать следующий принцип распределения площадей: 60% рекламных баннеров предназначены для размещения рекламных материалов Спонсоров (партнеров) ФНЛ, 40% рекламных баннеров предназначены для размещения рекламных материалов Спонсоров (партнеров) Клубов.

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

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

Угол наклона плоскости рекламных конструкций к футбольному полю должен быть не менее 85 (восемидесяти пяти) и не более 90 (девяносто) градусов.

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

2.8. Клуб не вправе размещать рекламные баннеры на второй линии рекламных конструкций без письменного разрешения Администрации ФНЛ.

2.9. При использовании Клубом на Стадионах, светодиодных установок типа «SpeedTVboard» (или подобных), должны соблюдаться следующие условия:

- а) суммарная длина установки не может быть менее 204 (двухсот четырех) метров;
- б) время демонстрации рекламных материалов каждого из партнеров (спонсоров) ФНЛ рассчитывается по формуле 1:

$$t = T \times n / 46, \quad (1)$$

где

T – общее время демонстрации рекламных материалов на светодиодных установках на одном Матче (мин.);

n – количество стандартных щитов, на которых размещается реклама соответствующего спонсора при стандартной схеме размещения (шт.).

2.10. В случаях, когда Клубом на первой линии одновременно используются светодиодные установки и статичные щитовые конструкции, время демонстрации рекламных материалов каждого из Спонсоров (партнеров) ФНЛ рассчитывается по формуле 2:

$$t = T \times n / (46 - N_{ст}), \quad (2)$$

где

T – общее время демонстрации рекламных материалов на светодиодных установках на одном Матче (мин.);

n – количество замененных на светодиодные установки стандартных щитов, на которых размещается реклама соответствующего спонсора при стандартной схеме размещения (шт.);

Nст – количество используемых на первой линии статичных щитовых конструкций (шт.).

2.11. При использовании Клубом на Стадионе ротационной установки, время демонстрации рекламных материалов каждого из Спонсора (партнера) ФНЛ рассчитывается по формуле 3:

$$t = T \times n / N_{ст}, \quad (3)$$

где

T – общее время демонстрации рекламных материалов на ротационных установках на одном матче (мин.);

n – количество замененных на ротационные установки стандартных щитов, на которых размещается реклама соответствующего спонсора при стандартной схеме размещения (шт.);

N_р – количество баннеров спонсора одновременно демонстрируемых на ротационных установках.

2.12. При использовании Клубом на Стадионе светодиодной или ротационной установки Клуб обязан согласовать с ФНЛ Медиа-план.

2.13. 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.

2.14. При сохранении целостности визуального восприятия информации, размещенной на первой линии рекламных конструкций Принимающий Клуб вправе размещать плоские горизонтальные рекламные носители (баннеры, 3D –коврики и пр.) между рекламными конструкциями Первой линии и линией футбольного поля. При этом, в соответствии с Решением Международного совета ИФАБ к Правилу 1 «Поле для игры», не должно быть никакой рекламы на земле в пределах технической зоны и на расстоянии одного метра до боковой линии по внешней стороне поля для игры, а также в зоне между линией ворот и сетками ворот.

2.15. Использование рекламно-информационных панно (задников) для Пресс-конференций и Смешанной зоны, предоставленных ФНЛ, 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 (60% площади предназначено для размещения рекламных изображений (логотипов) Спонсоров (партнеров) ФНЛ, 40% площади

предназначено для размещения рекламных изображений (логотипов) Спонсоров и партнеров Клубов.

2.16. 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.;

2.17. Принимающий Клуб обязан обеспечить выпуск и распространение программ (перед матчевым журналом) и афиш к Матчам.

2.18. Клуб обязан обеспечить размещение товарных знаков / логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ФНЛ, согласно макетам, предоставленным ФНЛ, на всех видах печатной продукции, выпускаемых в связи с проведением Матчей: входные билеты, программки (предматчевые журналы), афиши, приглашения, пропуска, авто пропуска, пресс-релизы и др.

2.19. Размеры логотипов Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ФНЛ, размещаемые на печатной продукции, выпускаемой к Матчам Клубами, должны быть не меньше размеров логотипов Спонсоров (партнеров) Клуба и должны располагаться отдельным блоком, согласно Приложения №2 к настоящему Регламенту.

2.20. Схема расположения товарных знаков / логотипов, размещаемых на печатной продукции, выпускаемой к Матчам, их форма и содержание не могут быть изменены Клубом без письменного разрешения ФНЛ.

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

- а) в форме рекламных роликов в объеме: до 3 минут до начала Матча, до 3 минут в перерыве Матча, до 3 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 5 минут в течение времени каждого тайма Матча.

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

2.23. Клуб обязан обеспечить размещение рекламных материалов (Стикер) Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ФНЛ, предоставленных ФНЛ, на кабинках для запасных игроков в соответствии с Приложением №5 к настоящему Регламенту.

2.24. Стикеры Клубом размещаются внутри кабинок, где размещены скамейки для запасных игроков, таким образом, чтобы при нахождении на скамейках запасных игроков и административного персонала команды Стикер попадал в зону видимости ТВ- и фотокамер.

2.25. В случае наличия Титульного спонсора Первенства Клуб обеспечивает размещение эмблемы с информацией о Титульном спонсоре Первенства на правом рукаве игровой формы всех игроков Команды.

В случае отсутствия Титульного спонсора Первенства Клуб обеспечивает размещение эмблемы ФНЛ на правом рукаве игровой формы всех игроков Команды.

2.26. Принимающий Клуб обеспечивает размещение аудио рекламы Спонсоров (партнеров) Первенства и/или ФНЛ на Стадионе во время проведения Матча в соответствии с материалами, предоставленными ФНЛ 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 20 секунд.

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

2.28. 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 ФНЛ, при условии, что их проведение было согласовано с Принимающим Клубом не позднее, чем за 7 дней до Матча.

2.29. Принимающий Клуб обязан обеспечить размещение специальных надувных конструкций по периметру игрового поля Стадионов при проведении Матчей, при условии, если такое размещение не будет ограничивать обзор зрителей.

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

2.31. 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.

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

2.33. Клуб обязан направить в адрес ФНЛ в течение 3 (трех) дней, после проведенного Матча, по 5 экземпляров каждого вида печатной продукции: входных билетов, программ (предматчевых журналов), афиш. В случае изготовления иной печатной продукции Клуб направляет ее по запросу Администрации ФНЛ.

СТАТЬЯ 3

ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ БАННЕРАМ

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

- а) высота - 1,0 м;
- б) длина 5,0 м и 6,0 м.

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

3.3. Матовая виниловая армированная ткани баннеров для статичных (щитовых) рекламных конструкций изготавливается по литой технологии. Поверхность для печати матовая с лаковым покрытием. При этом материал баннера должен удовлетворять следующим условиям:

- а) основа: лавсановая нить;
- б) покрытие: ПВХ;
- в) плетение, нитей на дюйм: 18x13" (1000x1000D);
- г) общий вес, г/м²: 440/520;
- д) прочность на растяжение, N/5см: 2460/1440;
- е) прочность на разрыв, N: 205/185;
- ж) температурный режим, °C: -30°C...+70°C;
- з) адгезия, N/5см: 90;
- и) чернила для печати: Fujifilm Sericol Color+qj (технология дисперсии MicroV).

3.4. Баннеры для ротационных рекламных конструкций изготавливаются из тайвека и имеют следующие размеры:

- а) высота от 0,9 до 1,0 м;
- б) длина - 6,0 м.

СТАТЬЯ 4

ТРЕБОВАНИЯ К ЭЛЕКТРОННЫМ РЕКЛАМНЫМ КОНСТРУКЦИЯМ

4.1. Электронные рекламные конструкции должны соответствовать следующим требованиям:

- а) высота от 0,9 до 1,0 метра;
- б) длина – не менее 204 метров;

- в) физическое разрешение одного модуля по вертикали – не менее 48 пикселей;
- г) физическое разрешение одного модуля по горизонтали – не менее 96 пикселей;
- д) количество отображаемых цветов – не менее 16 миллионов;
- е) яркость – не менее 4500 кд/кв.м.;
- ж) угол обзора по вертикали – не менее 25 градусов вверх и 25 градусов вниз;
- з) угол обзора по горизонтали – не менее 110 градусов;
- и) класс защиты – IP65 (ГОСТ 14254-96 (МЭК 529-89)).

4.2. Соединение соседних элементов (отдельных светодиодных модулей) в единую рекламную строку должно быть надежным. Обращённая к футбольному полю сторона должна быть безопасной для участников Матча. Допускается наличие на поверхности твердых элементов округлой формы и элементов произвольной формы, выполненных из эластичных материалов. Все светодиоды на лицевой стороне должны быть закрыты специальным прозрачным защитным экраном (экранами). Поверхность должна обеспечивать высокий уровень контрастности изображения, без световых бликов. Управляющий комплекс (компьютер) должен обеспечивать возможность синхронного вывода рекламных материалов по заданной программе по всей длине светодиодной рекламной строки. Программное обеспечение должно позволять демонстрировать качественную рекламную строку баннеров.

4.3. Ширина одного видимого рекламного баннера должна задаваться произвольно в интервале от 1 (одного) до 25 (двадцати пяти) метров с точностью не ниже 0,1 метра. Горизонтальное позиционирование баннеров выполняется с точностью не ниже 0,1 метра.

СТАТЬЯ 5 ТРЕБОВАНИЯ К ОФИЦИАЛЬНОМУ САЙТУ КЛУБА

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

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

СТАТЬЯ 6 РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ КЛУБУ

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

- а) баннеры для размещения на первой линии рекламных конструкций;
- б) рекламно-информационные панно (задники) для их размещения при проведении послематчевых пресс-конференций, flash-интервью, а также интервью в Смешанной зоне;
- в) рекламные аудио- и видео-материалы для их размещения на Стадионе при проведении Матчей;
- г) макеты рекламных материалов/рекламные материалы для изготовления и размещения на рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;
- д) стикеры для размещения на скамейках запасных игроков команд;
- е) служебные манишки для фотокорреспондентов, представителей основного вещателя, юных футболистов, подающих мячи;
- ж) иные материалы необходимые для исполнения положений Коммерческого Регламента.

СТАТЬЯ 7

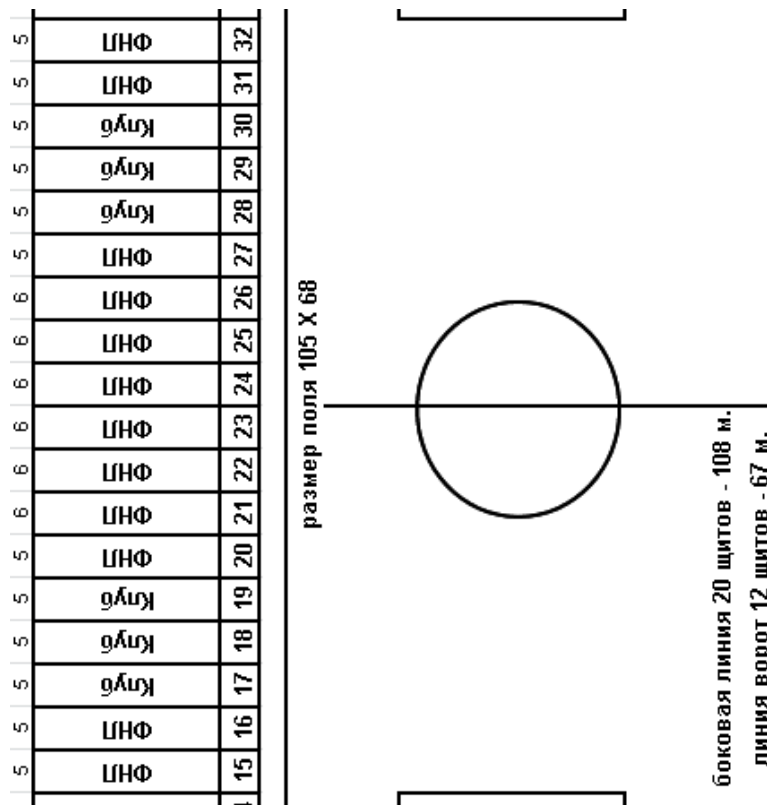
ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. 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 ФНЛ и Клубами, а также Решениями Общего собрания ФНЛ, имеющими обязательную силу для всех Клубов.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1

к Коммерческому Регламенту

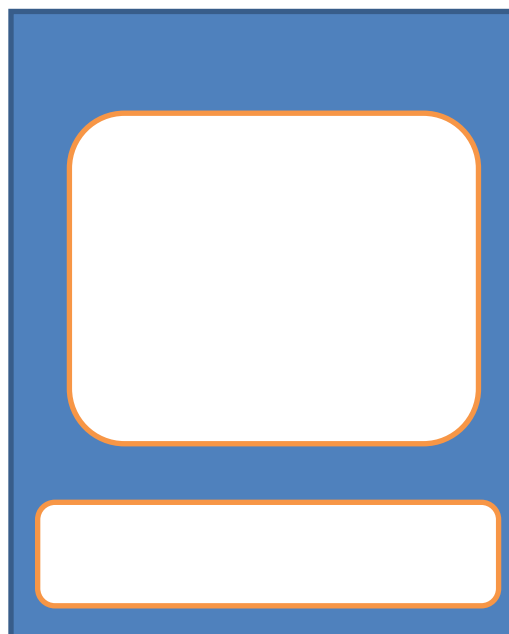
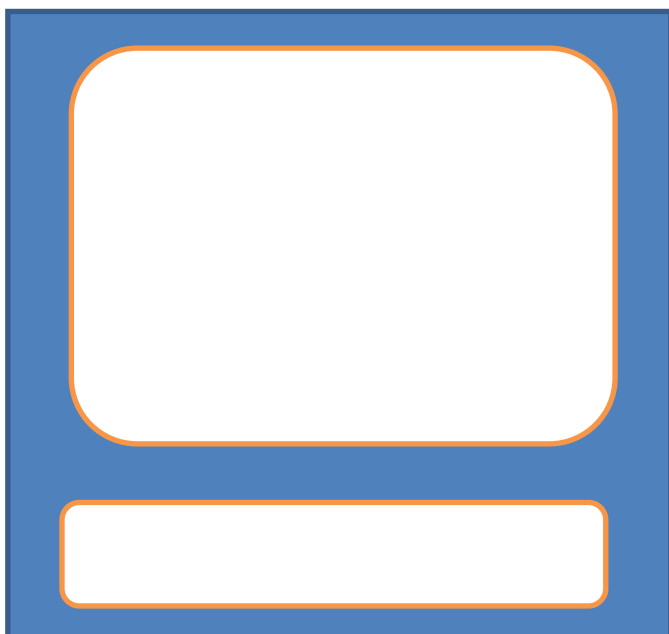
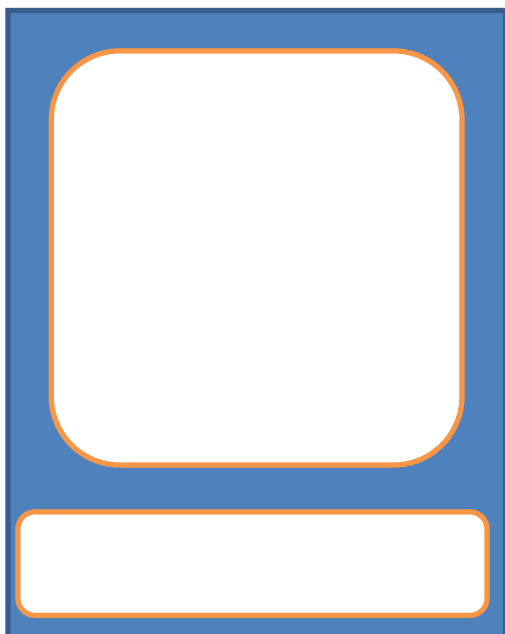
Схема размещения и размеров рекламных материалов Спонсоров (партнёров) ФНЛ и Клуба, размещаемых на Первой линии рекламных конструкций.



ПРИЛОЖЕНИЕ №2

к Коммерческому Регламенту

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

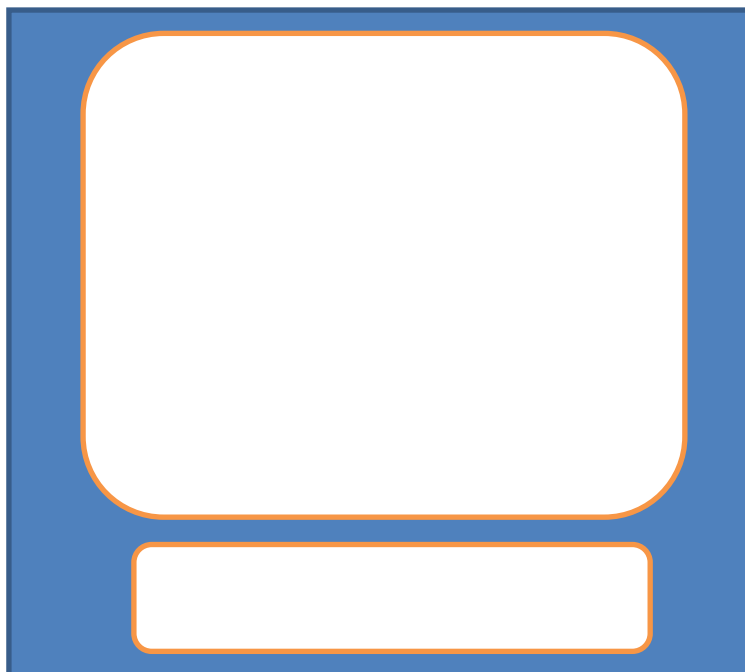


ПРИЛОЖЕНИЕ №3

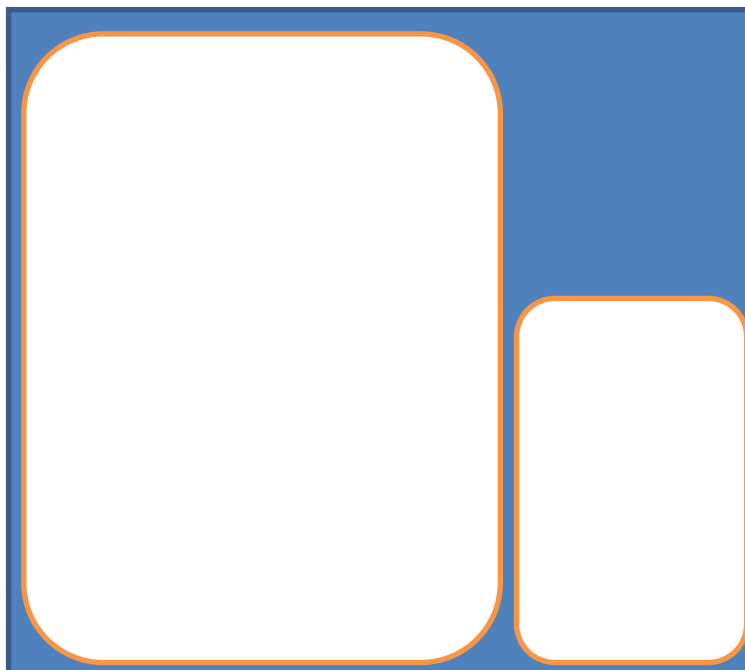
к Коммерческому Регламенту

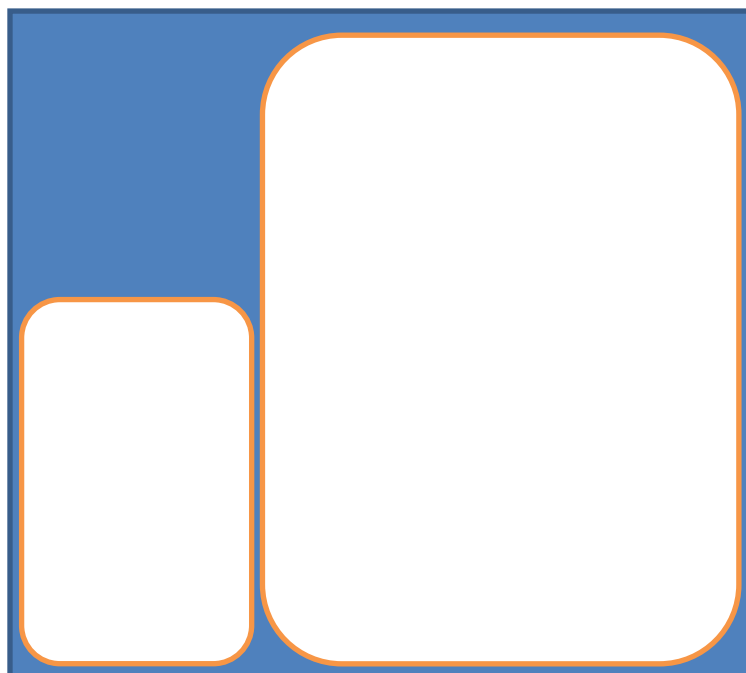
Схема размещения блока товарных знаков / логотипов Спонсоров (партнеров) ФНЛ, логотипов РФС и ФНЛ на официальном сайте Клуба.

ВАРИАНТ №1



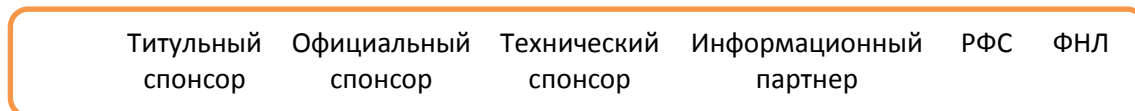
ВАРИАНТ №2





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

ВАРИАНТ №1



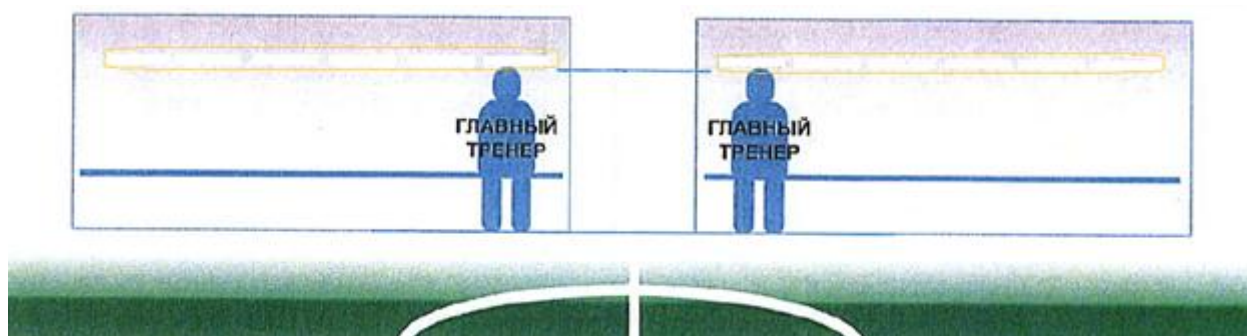
ВАРИАНТ №2



ПРИЛОЖЕНИЕ №5

к Коммерческому Регламенту

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



ФНЛ	РФС	Информационный партнер	Технический спонсор	Официальный спонсор	Титульный спонсор
-----	-----	------------------------	---------------------	---------------------	-------------------

Титульный спонсор	Официальный спонсор	Технический спонсор	Информационный партнер	РФС	ФНЛ
-------------------	---------------------	---------------------	------------------------	-----	-----