

Приложение № 6
к Регламенту «Юношеской футбольной лиги»
(Первенства России по футболу среди команд спортивных школ)
сезона 2020-2021 гг.

КОММЕРЧЕСКИЙ РЕГЛАМЕНТ
«Юношеской футбольной лиги»
(Первенства России по футболу среди команд спортивных школ)
сезона 2020-2021 гг.

I. Общие положения

Статья 1

Применение

- 1.01 Настоящий Регламент регулирует права, задачи и обязанности всех сторон в отношении коммерческих прав на матчи «Юношеской футбольной лиги» (Первенства России по футболу среди команд спортивных школ) сезона 2020-2021 гг. (далее - Соревнование).

Статья 2

Организатор матча

- 2.01 Учреждение, осуществляющее организационное и иное обеспечение подготовки матча Соревнования в соответствии с настоящим Регламентом, Регламентом Соревнования и Календарем Соревнования (принимающее Учреждение).

Статья 3

Генеральный спонсор Соревнования

- 3.01 В сезоне 2020-2021 гг. Генеральным спонсором Соревнования является глобальная энергетическая компания Публичное акционерное общество «Газпром» (ПАО «Газпром»). Основные направления деятельности — геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка и реализация газа, газового конденсата и нефти, реализация газа в качестве моторного топлива, а также производство и сбыт тепло- и электроэнергии.

Статья 4

Основной вещатель

- 4.01 Организацию и производство Трансляций Матчей в сезоне 2020-2021 гг. осуществляет РФС или уполномоченная им организация. Права на телевизионное освещение Соревнования реализуется РФС в исключительном порядке.

II. Использование коммерческих прав

Статья 5

Определения

- 5.01 В рамках настоящего Регламента нижеуказанные термины определяются следующим образом:
- а) «изображение Учреждения» в отношении участвующего Учреждения означает название, прозвище, символы, эмблемы, логотипы, марки, наименование, цвета и дизайн футболок и других элементов экипировки этого Учреждения;
 - б) «права на данные» включают в себя право собирать и использовать официальные статистические и другие данные, относящиеся к матчам Соревнования;
 - в) «телевизионная вещательная компания-устроитель» относится к РФС и/или любой телевизионной вещательной компании-устроителю, назначенной РФС или действующей от его имени, отвечающей, кроме прочего, за

многостороннее производство и телевизионное и медийное освещение матчей Соревнования. В рамках настоящего Регламента ссылки на «международные средства массовой информации» и «представителей СМИ», а также другие подобные ссылки также означают «телевизионную вещательную компанию-устроитель»;

- г) «маркетинговые права» означают право использовать любым способом и любыми современными или которые появятся в будущем медийными средствами все виды рекламы (включая электронную и виртуальную рекламу), пропаганды (включая рекламу билетов), подписки, связи с общественностью, маркетинга, мерчандайзинга, лицензирования, франчайзинга, спонсирования, проведения протокольных мероприятий, концессий, розничной продажи, а также все другие права и аналогичные коммерческие возможности, которые не являются ни медийными правами, ни рекламными правами, ни правами на данные;
- д) «медийные права» - это право создавать, распространять или транслировать в онлайн и/или по запросу – для приема в любое время (включая прямой и/или отложенный эфир) по всему миру, любым способом и любыми средствами массовой информации, известными сейчас или которые будут созданы в будущем (включая без ограничений все формы теле-, радиовещания передачу по беспроводным линиям и Интернет) – аудиовизуальных, визуальных и/или аудиоматериалов для освещения всех матчей Соревнования и всех аналогичных или связанных с этим прав, в том числе права, относящиеся к аудиовизуальным постоянным носителям;
- е) «рекламные права» означают право рекламировать спонсоров и партнеров РФС, матчи Соревнования и/или некоммерческие программы РФС на одном или на всех матчах.

Статья 6

Медийные права

- 6.01 Все медийные права на матчи Соревнования принадлежат РФС.
- 6.02 Организатор матча должен обеспечить, чтобы РФС и любая вещательная компания-устроитель бесплатно получили аккредитацию и неограниченный проход повсюду. Учреждение и Официальные лица (в частности, их пресс-атташе) должны делать все возможное для оказания содействия вещательной компании-устроителю в ее деятельности, включая доступ к игрокам, тренерам и другим официальным лицам команды, и получения их согласия на интервью, чтобы как можно лучше организовать рекламу матчей Соревнования.
- 6.03 Учреждение и РФС должны сотрудничать между собой, предпринимая все возможные правовые и другие соответствующие меры, чтобы запретить, предотвратить и прекратить любое неразрешенное использование любого медийного права на матчи Соревнования и защитить эти права.
- 6.04 РФС при наличии соответствующего запроса от Учреждения предоставляет ему право использовать записи своих матчей для своих некоммерческих целей.

Статья 7

Маркетинговые права

- 7.01 Все маркетинговые права на матчи Соревнования принадлежат РФС.
- 7.02 Учреждение не должно ни участвовать, ни разрешать третьим лицам посредством использования предоставленных им прав участвовать в группировании маркетинговых прав, что позволяет третьим лицам создавать ассоциацию с матчами Соревнования в общем или в целом.
- 7.03 Учреждения и РФС должны совместно принимать все правовые и другие соответствующие меры, чтобы запретить, предотвратить и прекратить любое неразрешенное использование любых коммерческих прав на матчи Соревнования и защищать эти права.
- 7.04 Любая имеющаяся информация по использованию маркетинговых прав на любой матч Соревнования по запросу РФС должна быть предоставлена РФС.
- 7.05 Учреждения не могут ни использовать, ни разрешать третьим лицам использовать зарегистрированные или незарегистрированные торговые марки матчей Соревнования или любой графический материал или любую художественную форму в связи с этими матчами Соревнования в программах, пропаганде, публикациях, рекламе или в любых других целях без предварительного письменного согласия РФС. Кроме того, Учреждения не должны ни развивать, ни использовать, ни записывать, ни воспроизводить, ни создавать торговые марки, логотипы или символы со ссылкой на матчи Соревнования или которые, по мнению РФС, представляют собой аналогию, ведущую к путанице с этими марками, материалом или формами, или которые являются имитацией по цвету, производным вариантом или конкурентным продуктом последним.
- 7.06 Каждое Учреждение должно правильно использовать официальную символику и наименование Соревнования в своих официальных публикациях, в рекламных материалах и ресурсах в сети интернет, используя термин «матчи Юношеской футбольной лиги сезона 2019-2020 гг.» или любой другой термин, как это определил РФС и сообщил им об этом.

Статья 8

Маркетинговые активности

- 8.01 РФС самостоятельно или совместно с Учреждениями имеет право на реализацию маркетинговых и рекламных активностей Соревнования, в том числе проведение: официальных мероприятий Соревнования, медиа соревнований среди клубов Соревнования, с участием медиа амбассадоров, предматчевых развлекательных программ на прилегающей к игровому полю территории; любых маркетинговых акций до, в перерыве и после матчей; соревнований по технике и мастерству развлекательной направленности; создание активного молодёжного сообщества Соревнования через волонтерство, организацию групп молодых болельщиков (школы, колледжи), дополнительные творческие конкурсы до, во время и после матча; акций на медиа и цифровых ресурсах Соревнования и Учреждений, а также на привлечение к мероприятиям Соревнования, проводимым как в местах

- проведения соревнований/официальных мероприятий, так и онлайн, послов РФС, медиа амбассадоров и других лиц.
- 8.02 Учреждения по письменному согласию с РФС имеют право реализовать маркетинговые активности до, в перерыве и после матча Соревнования.

Статья 9

Рекламные права

- 9.01 Все коммерческие права на матчи Соревнования принадлежат РФС. РФС реализует следующие эксклюзивные рекламные права, включая, но не ограничиваясь этим, следующим способом:
- а) размещает рекламу на рекламных щитах вокруг игрового поля, которая будет размещена в зоне ТВ-вещания напротив основной телевизионной камеры;
 - б) использует рекламное пространство табло замен игроков/объявления дополнительного времени резервного судьи;
 - в) использует рекламное пространство навеса на внутренней стороне скамейки запасных за головами членов команды и/или на внешней части навеса скамейки запасных и туннеля стадиона;
 - г) размещает рекламу на электронном табло стадиона и системе телевидения внутри стадиона;
 - д) размещает логотипы спонсоров и партнеров РФС, модульной рекламы в любой полиграфии выпускаемой в связи с проведением матчей Соревнования;
 - е) вывешивает флаги на всех матчах, в частности, напротив команд, выходящих на поле для построения перед церемонией начала матча;
 - ж) исполняет на стадионе любой гимн, музыку или песню при выходе игроков на игровое поле для участия в церемонии начала матчей.
 - з) изготавливает и направляет в Учреждения «задники» (рекламно-информационное панно) для проведения пресс-конференций и интервью.
- 9.02 РФС (за свой счет) своевременно предоставляет каждому Организатору матча необходимый материал для исполнения статей 6, 7, 8, пункта 9.01 статьи 9 настоящего Регламента. Организатор матча (за свой счет) обязан обеспечить использование указанных материалов в соответствии с инструкциями РФС. Ответственность за надлежащее хранение, размещение и использование предоставленных материалов в течение срока розыгрыша Соревнования несет Организатор матча.
- Клубы несут полную материальную ответственность за сохранность всего передаваемого рекламного материала РФС.
- В случае порчи рекламных материалов предоставленных РФС, Клубы своими силами и за свой счет изготавливают и/или восстанавливают весь испорченный рекламный материал, включая всё предоставленное оборудование.
- 9.03 Факт участия Учреждения в Соревновании свидетельствует о том, что с момента участия Учреждения в Соревновании Учреждение предоставило РФС неэксклюзивное (неисключительное) право на использование без необходимости выплаты Учреждению какого-либо вознаграждения следующей информации:

- а)** изображения (фото, видео) футболистов и официальных лиц Учреждений (в игровой, тренировочной, парадной и иной форме), их жестов и иных характерных движений, образов и голосов на следующих условиях:
- для использования любыми способами (включая, но не ограничиваясь воспроизведение, распространение, сообщение в эфир, сообщение по кабелю, доведение до всеобщего сведения, переработка) в средствах массовой информации, в сети Интернет, в аудиовизуальных произведениях, в компьютерных программах (мобильных приложениях и др.), в любых материалах РФС, в составе сувенирной продукции и любое другое использование без исключения;
 - для использования в своих некоммерческих целях;
 - для использования в составе Команды Учреждения, а также обособленного индивидуального образа;
 - как полученного в ходе проведения Соревнования, так и специально созданного.
- б)** исключительное право на использование личных данных указанных лиц (фамилии, имени, отчества, прозвища, псевдонима, игрового номера, амплуа, даты рождения, биографической информации, веса, роста) в связи с их участием в Команде Учреждения на следующих условиях:
- для использования в своих некоммерческих целях;
 - для использования в средствах массовой информации, в сети Интернет, в аудиовизуальных произведениях, в компьютерных программах (мобильных приложениях и др.), в любых материалах РФС, в составе сувенирной продукции и любое другое использование без исключения.
- Указанные права предоставляются РФС для использования на территории всего мира (без каких-либо ограничений).

Статья 10

Права на данные

- 10.01 РФС имеет право использовать все права на официальные данные матчей Соревнования. Эти права являются эксклюзивными. Все собранные РФС официальные данные и статистика (включая базы данных, где эти данные хранятся) матчей Соревнования и участия игроков в этих матчах являются исключительной собственностью РФС.
- 10.02 Учреждения должны следить за тем, чтобы их официальные платформы и/или лицензированные третьи лица не продавали какие-либо спонсорские права, которые прямо или косвенно ассоциируют продукт, услугу, лицо или торговый знак с матчами Соревнования.
- 10.03 Учреждения должны следить за тем, чтобы билеты и аккредитации ни в коем случае не использовались для доступа на место проведения матча для сбора или группирования данных и чтобы такая деятельность была специально запрещена, за исключением репортажей аккредитованных представителей средств массовой информации.

Статья 11

Мячи

- 11.01. Организатор матча на всех своих матчах должен использовать официальный мяч Соревнования. Оргкомитет Соревнования вправе разработать и утвердить официальный мяч Соревнования, который обязателен к использованию Организаторами матчей (о чем Оргкомитет Соревнования проинформирует Учреждения дополнительно).

Статья 12

Сотрудничество

- 12.01 Учреждения должны тесно сотрудничать с РФС. Учреждения должны бесплатно предоставлять РФС услуги, оборудование и помещения, указанные в настоящем Регламенте или которые необходимы для того, чтобы выполнять требования РФС, изложенные в настоящем Регламенте. Кроме того, Учреждения должны стремиться бесплатно предоставить РФС временные необходимые офисы и складские помещения на стадионе.

III. Обязанности Учреждений

Статья 13

Обязанности Организатора матча

- 13.01 Обязанности Организатора матча:

В целях исполнения обязательств перед официальными спонсорами и партнерами Соревнования и/или РФС Организатор матча обязан:

- а)** при проведении послематчевых пресс-конференций, флэш-интервью и интервью в микст-зоне обеспечить размещение своими силами в зонах видимости телевизионных камер рекламно-информационных панно («задников»), предоставленных РФС.
- б)** рекламные конструкции, размещаемые по всему периметру футбольного поля Стадиона на первой линии, могут иметь непрерывное комбинированное размещение СДУ и статичных (щитовых) конструкций при условии обеспечения единого визуального восприятия всей плоскости рекламной линии, при этом длина комбинированного размещения (СДУ и статичных щитов) должна составлять не менее 150 м. 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 РФС.

Статичные рекламные конструкции (щитовые) должны иметь размеры:

- высота – от 0,9 м до 1,0 м;
- длина - 5,0 м и/или 10,0 м.

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

В соответствии с Решением Международного совета ИФАБ к Правилу 1 «Поле для игры». Во время проведения матчей запрещается нахождение перед

рекламными конструкциями первой линии, расположенными по периметру игрового поля в зоне видимости телевизионных камер, техперсонала, фотокорреспондентов, сотрудников служб безопасности, запасных игроков, юных футболистов, подающих мячи, и любых других лиц, а равно предметов, которые загораживают указанные конструкции от обзора телевизионных камер или каким-либо иным образом нарушают визуальное восприятие информации, размещенной на указанных рекламных конструкциях.

Кроме того, запрещается размещение вертикальных рекламных конструкций (баннеров, призм и т.д.) в охранной зоне вблизи линии ворот.

- в)** обеспечить размещение товарных знаков/логотипов официальных спонсоров, партнеров и Основного вещателя согласно макетам, предоставленным РФС, на всех видах (не более 10 товарных знаков/логотипов на каждом) печатной продукции Учреждения, выпускаемых в связи с проведением матчей Соревнования (входные билеты, приглашения, пропуска, автопропуска на матчи; программки матчей).

Товарные знаки/логотипы официальных спонсоров и партнеров Соревнования должны размещаться:

- на входных билетах (включая электронные) и автопропусках на матчи — на лицевой стороне билета/автопропуска;
- на программках к матчам — на первой странице обложки в нижней части.

Требования указанного пункта не распространяются на выпускаемые Учреждениями сезонные носители: абонементы, автопропуска, и аккредитации;

- г)** обеспечить размещение товарных знаков/логотипов официальных спонсоров и партнеров РФС и/или Соревнования в сети Интернет, на страницах сайта Академии (школы) Учреждения, посвященных Соревнованию.

- д)** обеспечить размещение представленных РФС рекламных материалов официальных спонсоров партнеров РФС и/или Соревнования на электронно-информационном табло (при наличии технической возможности) Стадиона, в том числе:

- в форме рекламных видео роликов в объеме: до 3 минут до начала матча, до 6 минут в перерыве матча, до 3 минут по окончании матча; продолжительность одного рекламного ролика — без ограничений, в рамках общего количества предоставленного времени.
- демонстрация рекламных видеороликов официальных спонсоров, партнеров РФС и/или Соревнования должна заканчиваться не ранее чем за 20 минут до начала матча.

Все рекламные материалы официальных спонсоров, партнеров РФС и/или Соревнования должны размещаться в неискаженном виде в соответствии со Схемой размещения рекламных материалов, предоставленных РФС, указанной в Приложении № 1 к Коммерческому регламенту.

- е)** обеспечить размещение эмблемы Соревнования с информацией (в случае согласования по ходу сезона) о Генеральном спонсоре Соревнования на правом рукаве игровой формы всех игроков команды Учреждения в виде нашивки (шеврона).

Допускается любой способ нанесения шевронов (термопечать, аппликация, вышивка) при условии соблюдения цветовой гаммы.

Шевроны в необходимом количестве предоставляются РФС по запросу Учреждения. Учреждение вправе самостоятельно изготавливать шевроны при точном соблюдении размеров и цветовой палитры.

- ж) Предоставить право проведения для Генерального спонсора Соревнования промо-мероприятий, маркетинговых активностей и иных мероприятий предусмотренных настоящим Регламентом на домашних Матчах Учреждения.
- з) урегулировать все организационные и технические вопросы, возникающие в связи с выполнением обязательств перед официальными спонсорами и партнерами Соревнования и/или РФС, с администрацией Стадионов. В частности, без ущерба для других позиций, обеспечить следующее:
 - не менее чем за три часа до начала матча на Стадионе должны быть размещены все рекламные материалы в соответствии с настоящим Регламентом и схемой размещения рекламных материалов, предоставленных РФС, указанной в Приложении №1 к Коммерческому регламенту.
- и) предоставить право на осуществление на Стадионе во время проведения матча демонстрации, бесплатного распространения, розыгрышей продукции, а также проведения коммерческих, информационных, рекламных и иных мероприятий официальных спонсоров и партнеров Соревнования и/или РФС при условии, что их проведение было заблаговременно (не позднее 14 дней до даты проведения соответствующего матча) согласовано с Учреждением;
- к) обеспечить вручение учрежденных РФС, официальными спонсорами и партнерами Соревнования призов, в том числе на футбольном поле, перед началом матча, в перерыве матча и по окончании матча, при условии, что их проведение было заблаговременно (не позднее 5 дней) согласовано с Учреждением;
- л) соблюдать единые требования и стандарты в отношении размещения рекламных материалов официальных спонсоров и партнеров Соревнования и/или РФС на любых рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;
- м) обеспечить размещение предоставленных РФС арки для выхода команд, презентационного баннера и стойки для игрового мяча Соревнования в местах, определенных РФС и Основным вещателем (если Основным вещателем является уполномоченная РФС организация).

13.02 Матчевые и рекламные материалы.

РФС предоставляет Учреждениям следующие рекламные материалы, оборудование и предметы экипировки, необходимые для реализации обязательств РФС перед официальными спонсорами и партнерами Соревнования и РФС:

- а) рекламные материалы для размещения на рекламных носителях, макеты рекламных материалов для изготовления и размещения на рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;
- б) аудио и видеоматериалы для их размещения на Стадионе при проведении Матчей;

в) рекламно-информационные панно («задник») для их размещения при проведении послематчевых пресс-конференций, флэш-интервью, а также в микст-зоне.

