



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Содержание

Аннотация.....	1
Глава I. Основные принципы рекламной деятельности Лиги.....	2
Глава II. Терминология.....	3
Глава III. Рекламный инвентарь.....	5
Глава IV. Телетрансляции.....	8
Глава V. Права Лиги.....	9
Глава VI. Обязательства Лиги перед Спонсорами Лиги.....	10
Глава VII. Обязательства Лиги перед Клубами.....	11
Глава VIII. Права Клубов.....	12
Глава IX. Обязательства Клуба перед Лигой и Спонсорами Лиги.....	13
Глава X. Спонсорская структура и товарные категории Лиги.....	17
Глава XI. Нарушения и штрафы.....	18
Глава XII. Медиа день.....	19
Глава XIII. Контакты Лиги по вопросам рекламы и маркетинга.....	20
Приложение I.....	21



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Аннотация.

Принципы, установленные в следующих статьях, применимы ко всем событиям под организацией АНО «Единая Баскетбольная Лига» в соответствии с международным календарем Чемпионата и основным Регламентом.

Этими принципам АНО «Единая Баскетбольная Лига» руководствуется при определении корректности соответствия внутренним и международным стандартам при проведении аналогичных мероприятий. На всех соревнованиях, включенных в календарь Чемпионата, соблюдение принципов Регламента по маркетингу, рекламе и коммуникациям Единой Лиги ВТБ (Приложение к основному Регламенту), в отношении рекламных возможностей в зоне проведения мероприятия, особенно зоне попадания теле-видео камер, является обязательными.

Нижерасположенный Регламент по маркетингу, рекламе и коммуникациям Единой Лиги ВТБ является неотъемлемой частью основного Регламента. В данном Регламенте отображены следующие пункты:

- Основные принципы рекламной деятельности Лиги
- Расшифровка терминов, предлагаемых в данном регламенте
- Описание и регламентация использования рекламного инвентаря
- Проведение теле-трансляций
- Описание прав Лиги
- Описание обязательств Лиги перед Спонсорами
- Описание обязательств Лиги перед Клубами
- Описание прав Клубов
- Описание обязательств Клубов перед Лигой и ее Спонсорами
- Спонсорская структура и товарные категории
- Нарушения и штрафы
- Контакты Лиги по вопросам рекламы и маркетинга



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава I. Основные принципы рекламной деятельности Лиги.

1. Рекламные конструкции должны находиться не ближе 2 (двух) метров от ограничивающих линий баскетбольной площадки.
2. Верхние и боковые края конструкций должны быть закруглены и безопасны для участников матча.
3. Перед рекламными конструкциями вдоль площадки не должны находиться участники группы поддержки, фотографы, аниматоры и т.д.
4. Количество и объем рекламы не должны влиять на качество отображения телевизионной картинки и безопасность проведения матча.
5. Рекламные размещения должны учитывать интересы участвующих сторон, то есть Лиги, спонсоров Лиги и Клубов.
- 6. Технические принципы:**
 - 6.1. Рекламные размещения не должны перекрывать коридор обзора телекамер.
 - 6.2. Рекламные размещения не должны излучать слишком яркий свет с целью предупреждения бликов телекамеры на телевизионной картинке.
 - 6.3. Размещение рекламы на Матчах на территории Российской Федерации осуществляется в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.
 - 6.4. Запрещается использование метода Сплит Скрининг (для определения термина см. главу «Терминология»).
- 7. Реклама может содержать не более 3-х из 4-х обозначенных деталей:**
 - 7.1. Название компании.
 - 7.2. Торговая марка.
 - 7.3. Одно существительное, описывающее продукт, услуги.
 - 7.4. Визуальное изображение, отображающее продукт или услугу.
 - 7.5. Слоган (пример Panasonic.Ideas for life.), если является частью торговой марки.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава II. Терминология.

8. **ГСО** – голосовая система оповещения.
9. **Игрок** – это спортсмен, обладающий необходимыми навыками для игры в баскетбол и принимающий участие в баскетбольных соревнованиях.
10. **Клуб** – юридическое лицо, созданное и действующее в соответствии с законодательством той страны, в которой оно зарегистрировано, осуществляющее учебно-тренировочную, соревновательную, физкультурную и воспитательную деятельность, имеющее баскетбольную команду, также состоящее с Лигой в договорных отношениях.
11. **Клуб-визитер** – клуб, принимающий участие в матче на площадке соперника.
12. **Клуб-хозяин** – клуб, отвечающий за проведение матча на своей площадке.
13. **Команда** – коллектив игроков, тренеров и других лиц участвующих в соревновании
14. **Лига** – автономная некоммерческая организация «Единая баскетбольная лига», осуществляющая организацию, подготовку и проведение Чемпионата Единой Лиги ВТБ
15. **Совет Лиги** – коллегиальный орган управления Единой Лигой ВТБ.
16. **Спонсор** – юридическое или физическое лицо, предоставляющее денежные средства, продукцию или услуги взамен рекламных, маркетинговых и иных услуг для достижения своих деловых задач и содействия развитию баскетбола.
17. **Матч** - Баскетбольный матч, проводимый в рамках Чемпионата Единой Лиги ВТБ.
18. **Маркетинговый регламент** – Приложение к основному Регламенту Лиги, нормативный документ Лиги, определяющий взаимодействие Лиги, спонсоров Лиги, Клубов, спонсоров Клубов по вопросам маркетинга, рекламы и коммуникации.
19. **Медиа куб** – техническое средство, осуществляющее ряд функций по отображению хода матча и, как правило, располагающееся под сводами спортивного сооружения.
20. **Основной Регламент** – нормативный документ Лиги, определяющий порядок и условия участия баскетбольных клубов, игроков, тренеров, официальных и сопровождающих лиц, спонсоров, судей, комиссаров, официальных делегатов-инспекторов и судей-секретарей в Чемпионате Единой Лиги ВТБ.
21. **Официальное лицо клуба** – Уполномоченный штатный сотрудник клуба, включенный в список руководящего и тренерского состава и внесенный в Паспорт команды на сезон для участия в Чемпионате Единой Лиги ВТБ (Главный тренер, Тренер, Представитель клуба на Матче и иные сопровождающие лица).
22. **Официальные Правила баскетбола** – документ, утвержденный ФИБА.
23. **Паркет** – зона внутри игрового поля, обозначенная боковыми и лицевыми линиями.
24. **Поверхности внутри чаши спортивной арены** – совокупность конструкций внутри спортивного сооружения, способных нести те или иные рекламные функции: трибуны, разделяющие трибунные ярусы борта, своды спортивного сооружения, под трибунные помещения и т.п.
25. **Сплит Скрининг** - техника отображения в компьютерной графике, когда происходит разделение одного экрана на несколько смежных частей для одновременного отображения нескольких (обычно связанных) потоков видео или текстовой информации на одном дисплее.
26. **Судейский корпус** - судья, комиссар, официальный делегат-инспектор, судья-секретарь, то есть лица, назначенные Директоратом и исполняющие свои обязанности в соответствии с «Официальными Правилами баскетбола» и настоящим Регламентом.
27. **ФИБА** – Международная Федерация баскетбола, признанная Международным Олимпийским комитетом и являющаяся членом Генеральной Ассоциации международных спортивных федераций.
28. **ФИБА-Европа** – одно из пяти подразделений ФИБА, отвечающее за развитие баскетбола в Европе.
29. **Чемпионат Единой Лиги ВТБ (далее - Чемпионат)** – совокупность и каждый отдельный матч Чемпионата Единой Лиги ВТБ.
30. **LED экран** – рекламная конструкция с жидкокристаллической основой, подсветка экрана которого обеспечивается светодиодной матрицей (сокр. от **Light Emitting Diode**).



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

31. **3D ковер** – конструкция, располагающаяся на паркете, видимая посредством телесъемки как трехмерное изображение.
32. Все определения, предусмотренные главой «Терминология» настоящего Маркетингового Регламента, могут использоваться как в единственном, так и во множественном числе, без ущерба для их значения.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава III. Рекламный инвентарь.

Пункты к данной главе включают полное описание всех возможностей по использованию рекламного инвентаря в рамках проведения матчей Лиги.

33. *Зона паркета.*

- 33.1. Логотип Лиги: на всех матчах Лиги обязательно размещение логотипа Лиги в центральном круге.
- 33.2. Логотип Титульного спонсора Лиги Банка ВТБ: на всех матчах Лиги обязательно размещение логотипа на правой и левой половинах паркета, на расстоянии 1 метра относительно центрального круга.
- 33.3. Логотип спонсора компании «ЛУКОЙЛ»: на всех матчах Лиги обязательно размещение логотипа по диагонали относительно центрального круга, согласно схеме в приложении 1.
- 33.4. Логотип спонсора Лиги компании «Астерос»: на всех матчах Лиги обязательно размещение логотипа по диагонали относительно центрального круга, согласно схеме в приложении 1.
- 33.5. Логотип спонсора Лиги компании «Зарубежнефть»: на всех матчах Лиги обязательно размещение логотипа по диагонали относительно центрального круга, согласно схеме в приложении 1.
- 33.6. Логотип спонсора Лиги компании «СОГАЗ»: на всех матчах Лиги обязательно размещение логотипа по диагонали относительно центрального круга, согласно схеме в приложении 1.
- 33.7. Разрешается размещение рекламы в полукругах, в зоне штрафных бросков. Реклама должна быть одинакового содержания в обоих полукругах, при этом линии зон должны быть отчетливо видны.
- 33.8. Лига оставляет за собой право вносить изменения в настоящую статью в ходе сезона в случае подписания новых спонсорских соглашений.
- 33.9. Схема размещения логотипов на паркете представлена в Приложении I.

34. *Конструкции LED.*

- 34.1. Клуб-хозяин обязан обеспечить наличие светодиодных, рекламных конструкций (LED) по периметру площадки и установить их в пределах игровой зоны согласно Схеме, утвержденной Лигой. (Приложение I)
- 34.2. Любые подобные конструкции, размещаемые перед секретарским столом, должны соответствовать основным принципам размещения рекламы на паркете (см. Глава I) причем конструкции должны быть либо на одной линии с секретарским столом, либо, в случае, когда конструкции размещаются перед секретарским столом, должны соответствовать размерам стола (рекламная конструкция не должна выходить за границы стола).
- 34.3. Минимальная высота LED экрана должна составлять 0,6 метра. Минимальная длина центральной светодиодной конструкции должна быть 12 метров, минимальная длина каждой боковой конструкции – 6 метров.

35. *3D ковры.*

- 35.1. Ковры располагаются за боковыми линиями площадки, до начала трибунных конструкций в количестве 2 шт. за каждой из боковых линий. Расположение представлено в Приложении I к данному Маркетинговому регламенту.

36. *Форма участников. Игровая форма.*

- 36.1. Требования к игровой форме участников регламентированы Главой 4 ст. 24-25 основного регламента.
- 36.2. Схема размещения логотипов обозначена в Приложении №5 в п.1 к основному регламенту.

37. *Форма игроков. Разминочная футболка.*

- 37.1. Требования к разминочной футболке игроков регламентированы Главой 4 основного регламента.
- 37.2. Схема размещения логотипов обозначена в Приложении №5 в п.2 к основному регламенту.

38. *Форма игроков. Тренировочный костюм.*



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

- 38.1. Требования к тренировочному костюму игроков регламентированы Главой 4 основного регламента.
- 38.2. Схема размещения логотипов обозначена в Приложении №5 в п.3 к основному регламенту.
- 39. Форма судей.**
- 39.1. Комплект формы для судей ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ЛИГА:
- 39.2. Футболка
- 39.3. Ветровка
- 40. Форма судей – секретарей.**
- 40.1. Комплект формы для судей-секретарей предоставляется Лигой:
- 40.2. Рубашка-поло или толстовка на молнии.
- 41. Поверхности внутри чаши спортивной арены.**
- 41.1. Разрешается размещение рекламы на несущих и прочих конструкциях внутри чаши спортивной арены, при условии, что она не нарушает эксклюзивность в товарных категориях спонсоров Лиги и качество проведения мероприятия.
- 42. Корзины, щиты, опоры щитов, обивка щитов и опор щитов.**
- 42.1. Название, торговая марка или логотип производителя может быть нанесен на:
- 42.2. Металлическую основу опоры, поддерживающий баскетбольный щит.
- 42.3. Фронтальную обивку опоры, поддерживающую баскетбольный щит. Размещение рекламы спонсора на фронтальной обшивке опоры с максимально допустимой площадью в одну третью часть площади этой обшивки.
- 42.4. На лицевой стороне щита, в правом нижнем углу, должны находиться наклейка-эмблема Лиги.
- 42.5. Допускается наличие в левом нижнем углу наклейки-эмблемы ФИБА-Европа, УЛЕБ и т.п., в зависимости от того, в каких международных соревнованиях участвует Клуб-хозяин.
- 43. Видео табло и/или медиа куб.**
- 43.1. Разрешается рекламное размещение на видео табло и/или медиа кубе.
- 44. Другие рекламные поверхности.**
- 44.1. Разрешается размещение рекламы на печатной продукции, выпускаемой к матчам Лиги. Правила размещения рекламы спонсоров и партнеров Лиги на печатной продукции прописаны в пункте 94.8 настоящего Регламента.
- 44.2. Реклама на сувенирной и иной продукции с использованием опознавательных знаков Лиги, таких как логотип Лиги, логотипы Спонсоров Лиги, подлежит обязательному согласованию с Лигой.
- 44.3. Размещение на рекламно-информационном панно (задник) для интервью обязательно подлежит согласованию с Лигой.
- 44.4. Размещение рекламы на скамейках запасных игроков разрешено, однако подлежит обязательному согласованию с Лигой.
- 45. Поверхности на фасаде спортсооружения и прилегающей территории.**
- 45.1. Разрешается размещение рекламы на фасаде спортсооружения и прилегающей территории, а также проведение различных PR мероприятий, при условии, что они не нарушают эксклюзивность в товарных категориях спонсоров Лиги и были согласованы с Лигой заранее.
- 46. Вэбсайт Лиги, вэбсайты клубов-участников, Интернет.**
- 46.1. Клубы обязуются размещать на своем вэбсайте следующую информацию:
- 46.1.1. Главные новости Лиги
- 46.1.2. Расписание игр
- 46.1.3. Таблица с положением клубов в зачете Чемпионата



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

- 46.2. Также, наравне с другими международными соревнованиями, в которых Клуб принимает участие, на основной странице вэбсайта Клуба должен быть размещен логотип Лиги с привязанной к нему гиперссылкой на сайт www.vtb-league.com.
- 47. Мерчендайзинг Лиги.**
- 47.1. Весь доход от реализации мерчендайзинга, выпускаемого Лигой, отходит Лиге. При этом Лига согласовывает с Клубом-хозяйном организацию продажи по заранее согласованным требованиям, полученным от Лиги.
- 47.2. Наружная реклама.**
- 47.3. Разрешается размещение наружной рекламы с анонсами матчей Лиги на территории проведения матча, а также вне ее. Правила размещения рекламы спонсоров и партнеров Лиги на наружной рекламе с анонсами матчей прописаны в пункте 94.14 настоящего Регламента.
- 48. Дополнительные положения.**
- 48.1. Запрещена любая скрытая реклама на игровой форме игрока, в том числе на нижнем белье игрока.
- 48.2. Запрещена реклама на открытых частях тела игрока в любом виде.
- 48.3. Запрещена реклама на аксессуарах игрока, таких как повязки на голову, напульсники, налокотники, наколенники и прочие игровые принадлежности.
- 48.4. Размещение рекламы на табло разрешено, если оно не нарушает основных функций табло, таких как отражение хода встречи (время матча, номер четверти, счет, набранные очки игроков, количество фолов).



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава IV. Телетрансляции.

49. Общие положения, обязательства Клуба-хозяина описаны в Главе 10, ст. 60 и 61 основного регламента.

50. *Распределение доходов от телетрансляций.*

51. Доходы, полученные в результате размещения телетрансляций на территории каждой страны клубов-участников Чемпионата, распределяются следующим образом:

- 40% Лига передает в распоряжение клубов этой страны (в равных долях каждому клубу страны) в целях компенсации их расходов в связи с участием в Чемпионате, на совершенствование спортивного мастерства и для развития клубного баскетбола;
- 40% направляются на увеличение призового фонда Чемпионата;
- 20% остаются в распоряжении Лиги и расходуются на её уставные цели и задачи (в т.ч. на проведение Чемпионата).

Примечание: при этом Лигой удерживаются все необходимые налоги в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Доходы, полученные в результате размещения телетрансляций на территории остальных стран, не подлежат распределению и расходуются Лигой на её уставные цели и задачи (в т.ч. на проведение Чемпионата).

52. *Телетрансляции на местных телеканалах.*

53. Клубы получают права на размещение телетрансляций домашних матчей на местных телеканалах после согласования с Лигой при условии, что такое использование не нарушает прав Лиги и ее контрактных обязательств по отношению к третьим сторонам.

54. Клубы самостоятельно проводят аккредитацию тележурналистов на матчи, не транслируемые национальными телеканалами. При этом клубы обязаны соблюдать требования, которые могут предъявлять Лиге в отношении аккредитации представителей телеканала, имеющего эксклюзивные права на национальное освещение матчей Лиги.

55. *Право на использование теле-видео материалов.*

56. Право на использование теле- и видеоматериалов, снятых национальным телеканалом на матчах Чемпионата и других матчах или мероприятиях, совместно принадлежит Лиге и телеканалу, производившему съемки, если иное не оговорено в соглашении между ними. Данное право может быть предоставлено клубу-хозяину, если таковое оговорено в контракте клуба с Лигой.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава V. Права Лиги.

Каждый клуб при участии в матчах Чемпионата признает за Лигой следующие исключительные права:

57. Телевизионные трансляции игр Чемпионата и других мероприятий, проводимых Лигой.
58. Маркетинговые и лицензионные права на логотипы, символику, официальные лозунги и названия, товарные знаки и торговые марки Лиги.
59. Рекламные возможности в полиграфической, сувенирной и иной продукции, изготовляемой Лигой.
60. Использование теле-, видео- и фотоматериалов, отображающих игры Лиги и другие мероприятия, проводимых Лигой, в их совокупности и по отдельности, включая изображения игроков. При этом данное право не отменяет прав клубов/команд на такие материалы в отношении своих домашних матчей.
61. Использование на игровой форме баскетболистов клуба/команды нашивки с эмблемой Лиги.
62. Размещение рекламных материалов (рекламные щиты, перетяжки, плакаты, информационное табло, в пресс-центре, фойе и др.) в спортооружениях во время проведения матчей Лиги.
63. Размещение рекламных наклеек на паркете в центральном круге.
64. Обязательное размещение рекламы титульных и других спонсоров Лиги в случае, если это не противоречит требованиям контрагентов, размещающих такие рекламные материалы, на следующих поверхностях:
 - 64.1. Афиши.
 - 64.2. Перетяжки.
 - 64.3. Широкоформатная реклама.
 - 64.4. Полиграфическая продукция (программы к матчам, билеты, аккредитации и прочее).
65. Использование утвержденной символики клубов при условии, что Лига одновременно использует логотипы всех клубов, а не по отдельности.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава VI. Обязательства Лиги перед Спонсорами Лиги

Лига со своей стороны, как основной регламентирующий орган, обязуется соблюдать следующее:

66. Соблюдать Устав, Регламент Чемпионата, Маркетинговый регламент, решения Совета Лиги.
67. Соблюдать единые стандарты деловой коммуникации.
68. Единая Лига обязуется обеспечить информационную поддержку Чемпионата через СМИ и интернет-ресурсы.
69. Соблюдать правила размещения всех рекламных материалов, оговоренных в контрактах между Лигой и Спонсорами Лиги.
70. Информировать Спонсоров Лиги об изменениях в регламентирующих документах.
71. Информировать Спонсоров Лиги о планируемых PR активностях, в которые Спонсоры Лиги могут быть интегрированы.
72. Соблюдать согласованные данным Приложением к основному Регламенту Маркетинговым Регламентом обязательства Клубов перед Спонсорами Лиги.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава VII. Обязательства Лиги перед Клубами

73. Лига обеспечивает рекламно-информационную поддержку клубам в виде утверждения официальной символики и атрибутики Лиги, издания различной полиграфической и сувенирной продукции Лиги и других официальных мероприятий.
74. Лига обязуется осуществить подготовку, организацию и проведение Чемпионата в соответствии с утвержденным Регламентом.
75. Лига обязуется соблюдать Устав, Регламент Чемпионата, Маркетинговый регламент, решения Совета Лиги.
76. Лига обязуется обеспечить информационную поддержку Чемпионата через СМИ и интернет-ресурсы.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава VIII. Права Клубов.

77. Клубы могут использовать часть прав на Чемпионат Лиги, в том числе в коммерческих целях, в порядке и на условиях, предусмотренных Маркетинговым регламентом, а именно после учета интересов Лиги и Спонсоров Лиги.
78. Использование официального логотипа, наименования Лиги, а также наименования Чемпионата, проводимого Лигой без согласования с Лигой в случаях, не связанных с матчами Чемпионата и Чемпионатом в целом, недопустимо.
79. Часть прав на размещение рекламы на спортсооружении, экипировке игроков, телевизионных трансляциях во время проведения «домашних» матчей Чемпионата могут использоваться Клубами в соответствии с настоящим Маркетинговым регламентом.
80. Клуб вправе использовать рекламные возможности спортсооружения и оборудование спортсооружения, проводить рекламные акции, специальные маркетинговые и иные мероприятия во время проведения «домашних» матчей Чемпионата в собственных целях.
81. Каждый Клуб при проведении матчей Чемпионата обладает правами на:
 - 81.1. Организацию и проведение домашних матчей в своих спортивных сооружениях, соответствующих требованиям основного Регламента.
 - 81.2. Реализацию сезонных абонементов и входных билетов на домашние матчи.
 - 81.3. Использование рекламных возможностей на игровой форме Баскетболистов в соотв. с порядком, описанным в Главе IV.
 - 81.4. Размещение рекламных материалов на:
 - 81.4.1. Электронно-информационном табло;
 - 81.4.2. Рекламных конструкциях, расположенных в пресс-центре, в фойе и др. в спортсооружениях, таких как, LED конструкции, рекламные щиты, рекламные перетяжки, плакаты, и т.п.)
 - 81.5. Заключение договоров с третьими сторонами по имеющимся у Клуба рекламным возможностям после соблюдения прав Лиги и Спонсоров Лиги.
 - 81.6. Самостоятельное распоряжение средствами, полученными от реализации своих рекламных и коммерческих прав.
 - 81.7. Вступление в контрактные отношения со спонсорами различных категорий (генеральный, официальный, технический и др.).
 - 81.8. Владение информацией о спонсорах Лиги в объеме, определяемом Лигой, который необходим для исполнения обязательств, установленных договорами между спонсорами и Лигой.
 - 81.9. Заключение индивидуальных спонсорских договоров с электронными и печатными средствами массовой информации.

Глава IX. Обязательства Клуба перед Лигой и Спонсорами Лиги.

82. Клуб обязуется принять участие в Чемпионате.
83. Клуб обязуется оперативно предоставлять Лиге запрашиваемую информацию по любому рода вопросам, связанным с организацией и проведением Чемпионата.
84. Клуб обязан использовать один из языков Лиги (русский или английский) при составлении всех официальных документов.
85. Клуб обязан обеспечивать соблюдение общепринятых норм поведения игроками, тренерами, помощниками тренеров, официальными и сопровождающими лицами клуба, а также зрителями.
86. Клуб обязуется участвовать в работе и в организуемых Лигой в течение срока действия Договора совещаниях и иных мероприятиях.
87. Клуб и Лига должны использовать все имеющиеся у них возможности для согласования любых вопросов.
88. Матчи должны быть организованы в строгом соответствии с положениями в основном Регламенте и в его Приложении - Маркетинговом Регламенте Лиги.
89. Клуб обеспечивает максимально возможное использование рекламно- информационной поддержки в отношении своих домашних матчей в Чемпионате (объявление о месте проведения и времени начала игр).
90. Клуб обязан иметь в организационной структуре ответственное лицо с соответствующими компетенциями для организации матча и реализации настоящего Маркетингового Регламента.
91. Клуб обязуется размещать рекламные материалы Лиги и её Спонсоров, оговоренные в Маркетинговом регламенте.
92. Клуб обязан выполнять требования по информационной поддержке матчей для официальных информационных партнёров Лиги.
93. Клуб обязан обеспечивать передачу аккредитаций официальным лицам клуба.
94. При проведении каждого «домашнего» матча Клуб-хозяин обязан:
- 94.1. За свой счет обеспечивать надлежащее размещение предоставленных Лигой рекламных материалов и информации о спонсорах, партнерах и рекламодателях Чемпионата на рекламных конструкциях, расположенных по периметру баскетбольной площадки, непосредственно на паркете баскетбольной площадки, на других носителях, включая (но, не ограничиваясь этим) трибуны, балконы соответствующей чаши спортивного сооружения, временные конструкции и установки, а так же форме игроков, тренеров, медицинского персонала, если это не противоречит нормам ФИБА, ФИБА-Европы, Евролиги и УЛЕБ, а также трансляцию аудиоинформации по ГСО и видеоинформации на электронно-информационном табло или медиа кубе соответствующей чаши спортивного сооружения. Указанное размещение должно быть обеспечено в полном соответствии с требованиями Лиги и регламентируется Маркетинговым регламентом. В случае смены наклеек спонсоров, партнеров и рекламодателей Чемпионата Лиги на паркете баскетбольной площадки, инициированной Клубом, Клуб осуществляет размещение рекламного материала спонсоров, партнеров и рекламодателей Чемпионата за свой счет.
- 94.2. Обеспечить наличие исправных светодиодных, рекламных конструкций (LED) по периметру площадки и установить их в пределах игровой зоны согласно Схеме, утвержденной Лигой. На центральной LED экране транслируется только рекламный ролик Титульного спонсора Лиги – ПАО «Банк ВТБ» и имиджевый ролик Лиги.
В случае несоблюдения данного пункта регламента – штраф 150000 рублей за первичные нарушения и 300000 рублей за каждое следующее.
- 94.3. На LED экранах, расположенных перед лицевой линией и перед скамейками запасных игроков, необходимо разместить рекламные материалы Лиги, спонсоров и партнеров Лиги, а также спонсоров и партнеров Клубов согласно схеме, утвержденной Лигой. При этом перед рекламным периметром светодиодных рекламных конструкций во время проведения матча не должно быть никаких предметов. Рекламные ролики спонсоров и партнеров Лиги должны занимать не менее 50% от всех воспроизводимых роликов. Таким образом минимальное количество показов каждого ролика спонсора и партнера лиги должно составлять 12 раз за матч, где началом матча является подбрасывание мяча, а окончанием - финальный свисток. Каждый ролик спонсора Лиги должен



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

- быть показан от начала до конца и не прерываться никакими вставками клуба. Рекламные ролики Лиги должны быть одинаково распределены между всеми периодами матча.
За несоблюдения данного пункта – штраф 50 000 рублей.
- 94.4. Не позднее 1 сентября 2016 года Клуб обязан сообщить в Лигу технические параметры LED экранов.
- 94.5. Не позднее 24 часов до каждого матча Клуб обязан выслать в адрес Лиги список роликов, которые будут воспроизводиться на светодиодном периметре. В списке необходимо указать последовательность роликов, рекламируемый бренд и длину ролика в секундах.
За несоблюдения данного пункта – штраф 50 000 рублей.
- 94.6. При проведении после матчевых пресс-конференций, интервью в микст-зоне обеспечить размещение своими силами и за свой счет в зонах видимости телевизионных камер рекламно-информационных панно (задников), изготовленных клубами по единому макету, предоставленному Лигой. Использование рекламно-информационных панно (задников) для пресс-конференций и микст-зоны, осуществляется в следующем порядке: в зависимости от технических возможностей арены допускается изменение размеров рекламно-информационных панно (задников) при условии сохранения целостности блоков рекламных изображений (логотипов) и соблюдения принципа распределения общей рекламной площади.
- 94.7. Обеспечивать наличие баннеров смешанной зоны и зоны для флэш-интервью (зонах для проведения интервью с игроками); не допускать фактов проведения интервью не на фоне баннеров смешанной зоны и зоны для флэш-интервью.
В случае несоблюдения данного пункта – штраф 50000 рублей.
- 94.8. На все полиграфической продукции Клуб обязан размещать логотипы официальных спонсоров/партнеров Лиги сезона 2016/2017 (ПАО Банк ВТБ, ПАО «Сибур», АО «Астерос», ПАО «Нефтяная компания «Лукойл», ОАО «Зарубежнефть», ООО «Совместная компания «РУСВЬЕТПЕТРО», ООО «УАЗ», АО «СОГАЗ»). Проценты площади размещения произвольны и обязательное предварительное согласование макетов с Лигой (не позднее 3 рабочих дней до матча).
В случае несоблюдения данного пункта – штраф 50000 рублей.
- 94.9. На электронно-информационном табло или медиа кубе спортооружения должны быть обеспечены трансляция рекламных видеороликов спонсоров и рекламодателей Лиги по заранее представленному Лигой медиа плану (монтажному листу). Рекламные ролики спонсоров Лиги должны быть показаны минимум 3 раза за матч: перед началом матча, в большом перерыве матча и сразу после финального свистка. Смена роликов должна осуществляться по первому требованию Лиги, но в любом случае не позднее 2 (двух) рабочих дней со дня получения письменного уведомления (по электронной почте) о выкладке роликов на сервере и монтажного листа.
В случае несоблюдения данного пункта – штраф 50000 рублей.
- 94.10. В перерывах между четвертями матча должна быть обеспечена трансляция дикторского текста, предоставленного Лигой, по ГСО спортооружения. Смена аудио роликов и дикторского текста осуществляется по первому требованию Лиги, но в любом случае не позднее 2 (двух) рабочих дней со дня получения письменного уведомления (по электронной почте).
В случае несоблюдения данного пункта – штраф 50000 рублей.
- 94.11. Обеспечить наличие в игровом зале 4 флага титульного спонсора Лиги ПАО Банк ВТБ. Флаги предоставляет Лига.
В случае несоблюдения данного пункта – штраф 50 000 рублей.
- 94.12. Обеспечить звучание гимна Лиги непосредственно перед началом матча.
- 94.13. Перед матчем в центральный круг игровой площадки должен быть вынесен флаг с логотипом Лиги. Флаг предоставляет Лига.
- 94.14. На всей наружной рекламе с анонсами матчей Лиги Клуб обязан размещать логотипы официальных спонсоров/партнеров Лиги сезона 2016/2017 (ПАО Банк ВТБ, ПАО «Сибур», АО «Астерос», ПАО «Нефтяная компания «Лукойл», ОАО «Зарубежнефть», ООО «Совместная компания «РУСВЬЕТПЕТРО», ООО «УАЗ», АО «СОГАЗ»). Проценты площади размещения произвольны и обязательное предварительное согласование макетов с Лигой (не позднее 5 рабочих дней до размещения).



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

- 94.15. При размещении изображений игроков и представителей клуба в анонсах матчей лиги, на программках к матчам лиги или в любых других средствах информации (включая социальные сети клуба) не допускается присутствие изображения логотипа другой лиги на форме игрока, а также мяча любого другого бренда, кроме бренда официального мяча лиги - Wilson
За нарушение данного пункта – штраф 50 000 рублей
- 94.16. Обеспечивать на основании предварительной заявки Лиги на безвозмездной основе возможность проведения промоутерских мероприятий, демонстрацию и распространение продукции и/или рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Лиги во время проведения «домашних» матчей, в том числе в VIP-зоне спортооружения.
- 94.17. На основании предварительной заявки Лиги обеспечивать предоставление площади в фойе спортооружений для организации спонсорами (партнерами, рекламодателями) Лиги каких-либо промо мероприятий, не связанных с прямой торговлей. В случае размещения продукции Лиги в магазине Клуба, Клуб оставляет себе заранее оговоренный процент от продажи данной продукции.
- 94.18. Обеспечивать продажу билетов на матч, в том числе с помощью электронной билетно-пропускной системы через Интернет (для всех спортооружений, где Клуб-хозяин проводит «домашние» матчи).
- 94.19. Использовать на всех входах в спортооружения, предназначенные для проведения матчей Чемпионата, средства автоматизированного входного контроля (функционирующие совместно с электронными билетно-пропускными системами). Типы входных документов, совместимых и обязательных к обработке указанными системами, регламентируются в Перечне типов билетов, подлежащих автоматизированному контролю.
- 94.20. Не допускать размещения каких-либо аудио-, видео-, печатных и иных рекламных материалов внутри спортооружения, имеющих пересечения по зарезервированным за Лигой товарным категориям.
- 94.21. Обеспечивать продажу для зрителей баскетбольной атрибутики, символики, сувениров, видеоматериалов, полиграфической продукции, включая продажу предоставленной Лигой продукции.
- 94.22. Обеспечивать участие баскетболистов, тренеров, должностных лиц, руководителей Клуба в мероприятиях, проводимых для спонсоров (партнеров, рекламодателей) Лиги не более трех раз за сезон, по предварительному согласованию с Клубом не менее, чем за 2 недели до такого мероприятия.
- 94.23. Обеспечивать участие баскетболистов и тренеров команд Клуба в фото- и видеосъемках и иных мероприятиях, организуемых Лигой, не более трех раз за сезон по предварительному согласованию с Клубом не менее, чем за 2 недели до такого мероприятия.
- 94.24. Обеспечивать в течение всего Чемпионата размещение на всех страницах официального Интернет-сайта Клуба баннерных рекламных ссылок на официальный Интернет-сайт Лиги.
А именно:
- Главные новости Лиги
 - Расписание игр
 - Таблица с положением клубов в зачете Чемпионата
- 94.25. Не позднее 3 (трех) рабочих дней со дня каждого размещения предоставленной Лигой рекламы и информации спонсоров, партнеров и рекламодателей Лиги предоставлять в Лигу или уполномоченному третьему лицу подробный фотоотчет о размещении, составленный в полном соответствии с полученными от Лиги дополнительными требованиями и инструкциями. Фотографии предоставляются в разрешении не менее 2000.pх по длинной стороне и размером не более 5 Мб.
В случае несоблюдения данного пункта – штраф 50000 рублей.
- 94.26. Не позднее 10 (десяти) дней после окончания каждого месяца направлять в Лигу или уполномоченному третьему лицу оригиналы программ (по два экземпляра на каждый прошедший «домашний» матч), использованные билеты либо надлежащим образом заверенные копии (по одному экземпляру за каждый прошедший «домашний» матч).



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

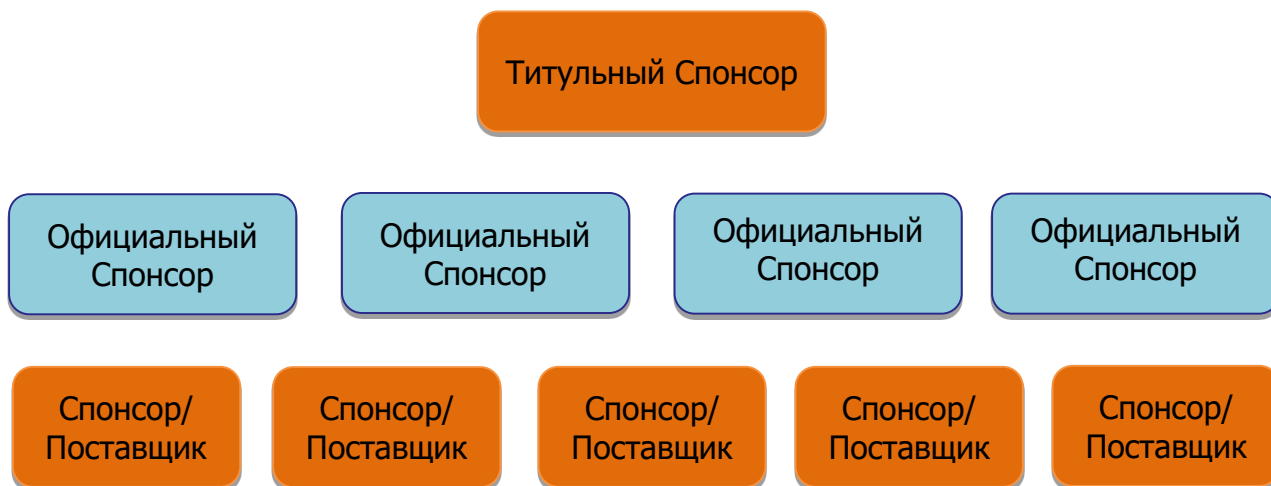
приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

- 94.27. При размещении на паркете баскетбольной площадки спортооружения рекламных материалов обеспечивать полную видимость официальной разметки в соответствии с Правилами игры в баскетбол, а также принять все возможные меры к обеспечению надлежащего состояния паркета баскетбольной площадки.
- 94.28. Обеспечивать доступ рекламного Инспектора матчей к местам размещения всех рекламных материалов внутри спортооружения с целью контроля и осуществления фото- и видеосъемки.
- 94.29. Предоставлять Лиге на каждый «домашний» матч, в соответствии с письменными заявками со стороны Лиги:
- не менее 20 (двадцати) билетов /пропусков на ВИП места (из которых не менее 10 билетов/пропусков на места, расположенные на паркете или VIP-Ложе) и 30 (тридцати) стандартных билетов/пропусков;
 - не менее 20 (двадцати) постоянно действующих пропусков для парковки автотранспорта возле спортивного сооружения, где происходят игры Чемпионата.

Глава X. Спонсорская структура и товарные категории Лиги.

Текущая глава описывает официально принятую на сезон 2016-2017 гг. спонсорскую структуру и закрепленные за текущими спонсорами товарные категории.

95. *Общая спонсорская структура Лиги.*



96. *Текущая спонсорская структура на сезон 2016-2017.*

- Титульный спонсор – «Банк ВТБ» (категория «банк и банковские услуги»)
- Официальный спонсор – «Сибур» (категория «химическая промышленность»)
- Официальный спонсор – «СОГАЗ» (категория «страхование»)
- Официальный спонсор – «Лукойл» (категория «нефть и нефтяные продукты»)
- Официальный спонсор – «Астерос» (категория «информационные технологии»)
- Официальный спонсор – «УАЗ» (категория «официальный автомобиль»)
- Официальный спонсор – «Зарубежнефть» (категория «нефть и нефтяные продукты»)
- Официальный спонсор – «РУСВЬЕТПЕТРО» (категория «нефть и нефтяные продукты»)
- Спонсор – «Wilson» (категория «официальный мяч»)

Лига оставляет за собой право вносить изменения в данную статью в ходе сезона в случае подписания новых спонсорских соглашений.

97. *Возможные спонсорские категории.*

- 97.1. Лига оставляет за собой право добавлять новые категории, после согласования с Клубами Лиги.
- 97.2. Возможные спонсорские категории (включая, но не ограничиваясь): Технический партнёр, официальная страховая компания, официальный безалкогольный напиток, официальный спонсор по логистике, официальная мобильная связь, официальный хронометрист (часы), официальная платежная система, официальный туристский оператор.

Глава XI. Нарушения и штрафы.

В данной главе описываются штрафные санкции для Клубов за невыполнение своих обязательств перед Лигой и Спонсорами Лиги. Штраф рассчитывается на основании невыполнения Клубом своих обязательств в рамках одного матча.

98. Нарушения по отношению к спонсорам Лиги.

		Штрафные санкции на 1 клуб за первое нарушение:	Штрафные санкции на 1 клуб за второе и последующие нарушения:
1	Отсутствие логотипа Лиги и/или спонсоров Лиги на паркете	100 000р.	200 000р.
2	Отсутствие имиджевого ролика Лиги и/или ролика титульного спонсора на центральной LED конструкции	150 000р.	300 000р.
3	Наличие на центральной LED конструкции каких-либо других роликов помимо имиджевого ролика Лиги и/или ролика титульного спонсора	150 000р.	300 000р.
4	Отсутствие роликов спонсоров Лиги на LED конструкциях	100 000р.	200 000р.
5	Неисправная LED конструкция	150 000р.	300 000р.
6	Отсутствие логотипа Лиги на форме игрока	100 000р.	200 000р.
7	Отсутствие логотипа Лиги и/или спонсоров Лиги на задниках в пресс-центре и/или микст-зоне	50 000р.	100 000р.
8	Отсутствие логотипа Лиги и/или спонсоров Лиги на наружной рекламе	предупреждение	50 000р.
9	Отсутствие логотипа Лиги и/или спонсоров Лиги в полиграфической продукции	предупреждение	50 000р.
10	Отсутствие ролика спонсоров Лиги на медиа-кубе или электронном табло	предупреждение	50 000р.
11	Отсутствие аудио объявлений о спонсорах и партнёрах Лиги	предупреждение	50 000р.
12	Отсутствие флагов спонсоров Лиги в игровом зале	предупреждение	50 000р.
13	Отсутствие фотоотчета о размещении рекламы спонсоров Лиги на матче	предупреждение	50 000р.
14	Отсутствие гимна Лиги	предупреждение	50 000р.
15	Ролики спонсоров Лиги воспроизводятся менее 12 раз за матч и/или перебиваются вставками клуба	50 000р.	50 000р.
16	Отсутствие списка роликов для LED экрана	предупреждение	50 000р.
17	Присутствие логотипа другой лиги или мяча другого бренда в анонсах матчей или любых других средствах информации клуба в контексте Единой Лиги ВТБ	предупреждение	50 000р.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава XII. Медиа день

100. Лига совместно с клубами проводит Медиа день для создания фото, видео и иных материалов, отвечающих требованиям Лиги.
101. Медиа день должен проводиться не позднее чем за две недели до начала Регулярного чемпионата.
102. Клуб назначает ответственного за проведение Медиа дня сотрудника, и сообщает его контакты в Лигу для координации всех активностей.
103. Клуб обязан предоставить Лиге 3 возможные даты для проведения Медиа дня до 20 августа. График проведения медиа-дней будет предоставлен Лигой не позднее 31 августа.
104. Перечень необходимого оборудования и требований к условиям проведения съемок согласовывается между Лигой и клубами отдельно.
105. Для участия в Медиа дне вся команда и тренерский штаб должны быть доступны в течение пяти часов подряд.
106. Основная и запасная формы всех игроков команды должны быть доступны на протяжении всех активностей Медиа Дня.
107. Любые тренировки, запланированные на тот же день, должны проводиться по окончании всех активностей, связанных с Медиа днем.
108. Авторские права на материалы основных фотосессий и видеосъемок принадлежат Лиге.
109. Все интервью проводятся на английском или русском языках. В случае, если интервьюируемый не говорит по-английски или по-русски, клуб предоставляет перевод интервью.
110. Клубы информируют все департаменты, задействованные в подготовке медиа дня (тренерский штаб, маркетинг, медиа-департамент, руководство), о материально-техническом обеспечении мероприятия и сопутствующих активностей.
111. В случае регистрации нового игрока после Медиа дня, Лига оставляет за собой право запросить фотографии, интервью и видео, изготовленных в соответствии со стандартами Лиги для дополнения базы материалов Медиа дня.
112. Клубы должны оказывать содействие в установлении контактов с бывшими игроками, президентами или иными публичными персонами для интервью в рамках Медиа дня.
113. Клубы должны анонсировать и освещать ход Медиа дня в местных СМИ и социальных сетях.
114. Единая лига ВТБ оставляет за собой право запросить специальное интервью с двумя игроками за пределами арены вне запланированного на проведение Медиа дня временного отрезка.
115. Клубы могут планировать на тот же день параллельные медиа-мероприятия, однако фото- и видеосъемка Лиги имеют приоритет перед иными активностями.



РЕГЛАМЕНТ по маркетингу, рекламе и коммуникации ЕДИНОЙ ЛИГИ ВТБ В СЕЗОНЕ 2016–2017

приложение к регламенту чемпионата Единой Лиги ВТБ сезон 2016–2017

Глава XIII. Контакты Лиги по вопросам рекламы и маркетинга

Директор по маркетингу и развитию

Коршков Василий

korshkov@united-league.com

тел.: +7 (495) 966 44 45 доб. 109

Приложение I (Схема размещения логотипов и рекламных конструкций на паркете)

