

УТВЕРЖДЕН

Общим собранием членов
Ассоциации футбольных клубов
«Российская Премьер-Лига»
(протокол от 16.08.2022 № 186)

Внесены изменения

Общим собранием членов
Ассоциации футбольных клубов
«Российская Премьер-Лига»
(протоколы № 214 от 02.07.2024;
№ 227 от 17.07.2025)

Коммерческий Регламент МИР Российской Премьер-Лиги сезонов 2022-2023, 2023-2024, 2024-2025, 2025-2026 гг.

1. Преамбула.

Официальное наименование соревнований (без указания сезона) – МИР Чемпионат России по футболу среди команд клубов Премьер-Лиги – МИР Российская Премьер-Лига (далее – «Чемпионат»).

В соответствии с договором, заключенным АФК «РПЛ» (далее – РПЛ) с Российским футбольным союзом (далее – РФС), коммерческие права, возникающие в связи с проведением Чемпионата, а также права на освещение Чемпионата посредством трансляции изображения и/или звука Матчей любыми способами и/или с помощью любых технологий, переданы РПЛ. Реализация коммерческих прав и прав на освещение, приобретенных у РФС, а также прав, возникающих непосредственно у РПЛ и Клубов (как организаторов матчей), осуществляется в соответствии с настоящим Регламентом, договорами между РПЛ и Клубами, договорами между РПЛ и Основным вещателем, а также Решениями Общего собрания и/или иного органа РПЛ, имеющими обязательную силу для всех Клубов РПЛ.

РПЛ является обладателем исключительного права, переданного по договору, заключенному с РФС, на использование в коммерческих целях наименований и символики Чемпионата, в том числе составных частей Чемпионата – конкретных матчей. Клубы не вправе проводить мероприятия, коммуникацию, принимать к исполнению какие-либо обязательства, которые приводят или могут привести к разобщению ассоциативных с Чемпионатом прав, а именно – нарушению прав третьих лиц на ассоциирование с Чемпионатом, переданных им РПЛ по договорам.

2. Права на Освещение и коммерческие права

Права на освещение и коммерческие права включают в себя:

а) право на воспроизведение и коммерческое распространение изображения и/или звука Матчей Чемпионата полностью или частично любыми способами вещания (наземное, спутниковое, кабельное телевидение, радиовещание, в форме размещения материалов на серверах, в памяти компьютеров или иных электронных устройств, доступных для использования широкому кругу абонентов сетей мобильной связи, Интернета или иным пользователям без ограничения технологических, а также посредством осуществления записи трансляции Матчей и/или фотосъемки Матчей);

б) право на использование наименований Чемпионата и его символики в коммерческих целях;

в) право назначения официальных (в том числе Титульного) и иных спонсоров и партнеров Чемпионата;

г) право на размещение рекламы товаров, работ и услуг в местах проведения Чемпионата, 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 (в объеме определенном настоящим Регламентом), если это не противоречит нормам ФИФА и УЕФА; посредством аудио объявлений; на других носителях, в соответствии с настоящим Регламентом и договорами между РПЛ и Клубами.

д) право на определение производителей спортивной экипировки, спортивного оборудования и инвентаря, используемых при проведении Чемпионата, если это не противоречит нормам ФИФА и УЕФА, а также договорам между РПЛ и Клубами;

е) право на сбор и распространение статистических данных, возникающих в связи с проведением Чемпионата;

ж) права на использование и централизованную (по решению соответствующего органа управления РПЛ) передачу третьим лицам образов игроков и тренеров, их имен и псевдонимов, их статистических, исторических, биографических данных, номеров на игровой форме, включая права на использование фото- и видеоматериалов Клуба, а также право проведения по согласованию с Клубами специальных фотосессий и видеосъемок. Использование указанных прав допускается исключительно для рекламы Чемпионата, их использование в иных целях допускается исключительно по согласованию с Клубами;

з) права на использование официальных наименований и логотипов Клубов. Использование указанных прав допускается исключительно для рекламы Чемпионата, их использование в иных целях допускается исключительно по согласованию с Клубами;

и) права на использование по согласованию с Клубом официальных наименований, логотипов, описания и изображений (внутренних и внешних) домашних стадионов Клубов;

к) права на использование по согласованию с Клубом символики Клуба (официальной игровой формы со спонсорами и без таковых, гимна, флага и т.д.);

л) право на организацию до 3-х BTL-мероприятий Генерального спонсора Чемпионата за сезон на домашнем стадионе каждого Клуба и Промо мероприятий.

При этом под «BTL-мероприятием Генерального спонсора» понимается комплекс маркетинговых мероприятий Генерального спонсора Чемпионата, проводимых на домашних стадионах клубов РПЛ в дни Матчей, включающий в себя вместе или по отдельности: размещение демонстрационных и/или интерактивных зон в местах доступа зрителей и/или на прилегающей территории стадионов; проведение шоу-программ в чаше стадиона (с использованием сценического оборудования) до (в обязательном порядке), в перерыве и/или после Матча – по согласованию с Клубом, с предоставлением Клубом по согласованию с РПЛ во время проведения таких шоу-программ помещений стадиона (при их наличии), рекламных возможностей стадиона в объеме не менее 5 минут рекламного времени до Матча на электронных устройствах (СДУ, табло, экраны внутри чаши, при наличии – фасции) для размещения айдентики и графики, ассоциативно связанных с проведением «BTL-мероприятия Генерального спонсора»; возможность выноса рекламных баннеров и иных рекламных носителей, в т.ч. на футбольное поле; распространение рекламно-информационных материалов, использование специального оборудования и промо-персонала, проведение интерактивных конкурсов для зрителей в перерыве между таймами Матча и других мероприятий, разрешенных законодательством РФ.

Установка и демонтаж оборудования, рекламных конструкций, размещение рекламно-информационных материалов и иные действия в рамках настоящего пункта производятся РПЛ либо Генеральным спонсором Чемпионата самостоятельно и за свой счет.

м) право на организацию до одного BTL-мероприятия Титульного спонсора Чемпионата за сезон на домашнем стадионе каждого Клуба и Промо мероприятий.

При этом под «BTL-мероприятием Титульного спонсора» понимается комплекс маркетинговых мероприятий Титульного спонсора Чемпионата, проводимых на домашних стадионах клубов РПЛ в дни Матчей, включающий в себя вместе или по отдельности: размещение демонстрационных и/или интерактивных зон в местах доступа зрителей и/или на прилегающей территории стадионов; распространение рекламно-информационных материалов, использование специального оборудования и промо-персонала, проведение интерактивных конкурсов для зрителей в перерыве между таймами Матча и других мероприятий, разрешенных законодательством РФ.

Установка и демонтаж оборудования, рекламных конструкций, размещение рекламно-информационных материалов и иные действия в рамках настоящего пункта производятся РПЛ либо Титульным спонсором Чемпионата самостоятельно и за свой счет.

н) право на организацию на домашнем стадионе каждого Клуба Промо мероприятий спонсоров и партнеров РПЛ и/или Чемпионата.

Под «Промо-мероприятием» понимаются разрешенные законодательством РФ и согласованные с Клубом промо-акции; коммерческие, информационные, рекламные и иные мероприятия на Стадионе во время перерывов Матчей, перед началом и после окончания Матчей, включая распространение промо-материалов, сувенирной продукции, опросов с использованием промо-персонала, проведение конкурсов для зрителей и иные подобные мероприятия. Количество промо-персонала спонсора, задействованного в подтрибунных помещениях стадионов, должно быть согласовано с Клубом дополнительно.

о) другие права, предусмотренные договорами между РПЛ и Клубами и/или решениями органов управления РПЛ.

Клубы вправе самостоятельно использовать любые коммерческие права, возникающие при проведении домашних матчей Чемпионата (а в части размещения рекламы на спортивной форме – и при проведении гостевых матчей Чемпионата), если это не противоречит требованиям Регламента. Коммерческие права, возникающие при проведении матчей Чемпионата, прямо не предусмотренные настоящим Регламентом, реализовываются Клубами самостоятельно, при условии если это не противоречит настоящему Регламенту и договору о передаче коммерческих прав и прав на освещение соревнования, приобретенных РПЛ у РФС.

3. Титульный и Генеральный спонсоры Чемпионата.

В сезонах 2022-2023, 2023-2024, 2024-2025, 2025-2026 гг. Титульным спонсором Чемпионата является акционерное общество «Национальная система платежных карт» (АО «НСПК», Платежная система «Мир», Система быстрых платежей), осуществляющее деятельность в категории товаров и услуг «оказание услуг операторами платежных систем, банками и иными кредитными организациями, микрофинансовыми организациями, а также организациями, предоставляющими сервисы, которые позволяют производить оплату товаров (работ, услуг), в том числе выполняющими техническую функцию (предоставляющими техническое решение) при осуществлении платежей». В целях содействия надлежащему освещению Чемпионата, Клубы обязуются предпринимать все разумные и добросовестные меры в целях обеспечения точного и неискаженного использования официальных наименований Чемпионата и эмблемы (логотипа) Чемпионата, как самостоятельно (во всех клубных ресурсах, в т.ч. в сети Интернет), так и любыми СМИ, при размещении официальной информации о Чемпионате (включая, в том числе, отчеты, протоколы, турнирные таблицы, статистические данные, справочники и др.).

В сезонах 2022-2023, 2023-2024, 2024-2025, 2025-2026 гг. Генеральным спонсором Чемпионата является общество с ограниченной ответственностью «Управляющая компания Национального коневодческого союза» (ООО «Управляющая компания НКС», БК «Winline»), осуществляющая деятельность в категории товаров и услуг «услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари (товарная группа «беттинг»: «букмекеры» и «тотализаторы»).

В сезонах 2024-2025, 2025-2026 гг. Официальным спонсором Чемпионата является общество с ограниченной ответственностью «Пивоваренная компания «Балтика» (фирменное наименование – Пивоваренная компания «Балтика»), осуществляющая деятельность в категории товаров и услуг «пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива».

В сезоне 2025-2026 гг. Официальным техническим спонсором Чемпионата является акционерное общество «ОКТОБЛУ» (торговая марка – Desport), поставляющее официальные мячи Чемпионата сезона 2025-2026 гг.

Привлечение РПЛ спонсоров и партнеров Чемпионата осуществляется в интересах всех участников Чемпионата (членов АФК «РПЛ»), в связи с чем исполнение обязательств по заключенным с одобрения Общего собрания членов РПЛ (или иного органа РПЛ, компетентного принимать такие решения в соответствии с Уставом РПЛ) договорам со спонсорами и партнерами Чемпионата, в т.ч. с Титульным и Генеральным партнерами Чемпионата, является обязательным для всех Клубов.

Реализацию коммерческих прав в объеме, определенном настоящим Регламентом, а также договорами между РПЛ и Клубами, направленными на исполнение договоров со спонсорами и партнерами Чемпионата, осуществляет РПЛ.

4. Освещение Чемпионата.

Организацию и производство трансляций Матчей в сезонах 2022-2023, 2023-2024, 2024-2025, 2025-2026 гг. на территории Российской Федерации осуществляет ООО «НСТ» (далее – Основной вещатель). Основной вещатель вправе сублицензировать права на освещение Чемпионата на территории Российской Федерации любым третьим лицам.

5. Обязанности Организатора матча.

В целях исполнения обязательств перед официальными спонсорами и партнерами Чемпионата и/или РПЛ Организатор матча (принимающий Клуб) обязан:

а) при проведении послематчевых пресс-конференций, flash-интервью и интервью в микст-зоне обеспечить размещение своими силами и за свой счет в зонах видимости телевизионных камер рекламно-информационных панно (задников), предоставленных РПЛ.

Использование рекламно-информационных панно (задников для флэш-интервью, пресс-конференций и микст-зоны) для пресс-конференций и микст-зоны, предоставленных РПЛ, 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 установленного принципа распределения общей рекламной площади (до 40 % площади предназначено для размещения рекламных изображений (логотипов) официальных спонсоров и партнеров Чемпионата и/или РПЛ). При этом, в случае, если соответствующие площади не используются под размещение спонсоров и партнеров Чемпионата и/или РПЛ, по обращению Клуба они полностью или частично могут быть переданы для реализации Клубу на согласованный с РПЛ период;

б) обеспечить своими силами перед началом матча вынос в центральный круг игрового поля баннера диаметром 18,3 метра с эмблемой (логотипом) Чемпионата. При этом изготовление баннера, его доставку в Клуб до начала Чемпионата, а также получение сертификата о соответствии баннера требованиям противопожарной безопасности обеспечивает РПЛ;

в) обеспечивать условия сохранения эксклюзивности прав, предоставленных Титульному спонсору Чемпионата, Генеральному спонсору Чемпионата, официальным спонсорам, партнерам Чемпионата и/или РПЛ и Основному вещателю, в том числе не заключать договоры (контракты, соглашения и др.), которые могут ограничить или препятствовать использованию прав, предоставленных Титульному спонсору Чемпионата, Генеральному спонсору Чемпионата, официальным спонсорам, партнерам Чемпионата и/или РПЛ и Основному вещателю. Предоставление РПЛ эксклюзивных (исключительных) прав иным лицам допускается при условии соответствующего решения Общего Собрания членов РПЛ (или иного органа РПЛ, компетентного принимать такие решения в соответствии с Уставом РПЛ). При этом должны быть учтены эксклюзивные (исключительные) права, предоставленные Клубами иным лицам в соответствующей категории товаров (услуг). Вне зависимости от вышеизложенного, Клубам предоставляется право:

- заключения договоров (контрактов, соглашений) за пределами категорий товаров (услуг), в отношении которых РПЛ предоставлены иным лицам эксклюзивные (исключительные) права;
- заключения или продления Клубом договора (контракта, соглашения) до даты заключения договора с соответствующим спонсором, которому РПЛ предоставляются эксклюзивные права, при условии, что Клуб своевременно (заблаговременно до даты проведения соответствующего заседания органа управления РПЛ, в повестку которого включено рассмотрение вопроса о заключении соглашения со спонсором/партнером) известил РПЛ о заключении или продлении такого договора (контракта, соглашения);
- заключения Клубом договора с одним спонсором в категории «услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари (товарная группа «беттинг»: «букмекеры» и «тотализаторы») без согласия РПЛ»;
- заключения Клубом договоров со спонсорами в категории «оказание услуг операторами платежных систем, банками и иными кредитными организациями, микрофинансовыми организациями, а также организациями, предоставляющими сервисы, которые позволяют производить оплату товаров (работ, услуг), в том числе выполняющими техническую функцию (предоставляющими техническое решение) при осуществлении платежей» без согласия РПЛ;
- заключения Клубом договора с Генеральным (Титульным) спонсором Клуба без согласия РПЛ;
- заключения одного договора с техническим спонсором Клуба (по категориям «спортивная форма» и «спортивный инвентарь») без согласия РПЛ;
- заключения Клубом одного договора с партнером/спонсором на использование футболистами Клуба спортивного инвентаря, предназначенного для отслеживания физических, технических и тактических показателей (GPS-трекеры и т.п.) без согласия РПЛ;
- заключения Клубом договоров со спонсорами в категории «пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива» без согласия РПЛ;
- заключения договоров (контрактов, соглашений) при наличии письменного согласия РПЛ в пределах категорий товаров (услуг), в отношении которых РПЛ предоставлены иным лицам эксклюзивные (исключительные) права.

Клуб по отдельному письменному запросу доводит письмом, подписанным уполномоченным лицом, до РПЛ информацию о перечне своих спонсоров и партнеров (наименование контрагента, срок действия договора, товарная категория, наличие или отсутствие обязательств по обеспечению эксклюзивности), при этом при заключении договоров в течение сезона с партнерами и спонсорами Клуб должен принимать во внимание действующие договоры РПЛ с партнерами и спонсорами в соответствующих категориях товаров и услуг, и размещение на Стадионах рекламы таких партнеров и спонсоров не должно нарушать принципов эксклюзивности спонсорских категорий РПЛ (за исключением случаев, предусмотренных настоящим Регламентом). РПЛ принимает на себя обязательство письменно уведомить Клубы о заключении соответствующих договоров, одним из условий которого является обеспечение его эксклюзивности, в течение 3 (трех) рабочих дней со дня его заключения.

г) рекламные конструкции, размещаемые по всему периметру футбольного поля Стадиона на первой линии, должны быть динамическими/светодиодными (далее - СДУ), размером в высоту не менее 0,9 метра. Для единого визуального восприятия используется непрерывная СДУ в первой линии. Длина СДУ должна быть не менее 240,0 (двухсот сорока) метров, если иное не предусмотрено договором РПЛ с Клубом. В исключительных случаях (проведение матча на резервном стадионе и пр.) по письменному согласованию с РПЛ допускается временное использование рекламной линии СДУ менее установленной длины и размеров, при этом РПЛ вправе обоснованно отказать в использовании рекламной линии СДУ менее установленной длины и размеров, в таком случае Клуб лишается соответствующей доли вознаграждения от размещения рекламных материалов спонсоров и партнеров Чемпионата и/или РПЛ на СДУ в соответствующем неразмещенном объеме, а также несет все риски наступления гражданско-правовой ответственности, связанной с неисполнением обязательств перед спонсорами и партнерами Чемпионата и/или РПЛ.

Время демонстрации рекламных материалов партнеров и спонсоров Чемпионата и/или РПЛ на СДУ в игровое время Матча должно составлять 36 минут. Время демонстрации рекламных материалов РФС на СДУ в игровое время матча составляет 210 секунд. Порядок выхода рекламных роликов на СДУ определяется сценарием (медиапланом) согласованным с РПЛ в электронной системе управления соревнованиями (ЭСУС).

Запуск рекламного блока на СДУ начинается с ролика Генерального партнера и происходит по свистку на начало первого и второго таймов Матча, если иное не согласовано Клубом с РПЛ.

При демонстрации рекламных материалов Генерального партнера на СДУ первой линии, одновременное размещение Конкурирующего спонсора Клуба в товарной категории «беттинг» на СДУ второй линии (при наличии на соответствующем стадионе) не допускается.

В соответствии с Решением Международного совета ИФАБ к Правилу 1 «Поле для игры» не разрешается размещать никакую рекламу на поле, на земле в зоне, ограниченной сетками ворот, в технической зоне, в зоне видеопросмотра судьи (RRA - PPA) или в зоне 1 метра от линий, ограничивающих поле для игры, с момента выхода команд на поле и до того, как команды покинут его после окончания первого тайма и с момента, когда команды вернутся на поле и до окончания матча. Реклама не разрешена на воротах, сетках, флагштоках или их флагах, и дополнительное оборудование (камеры, микрофоны и т.д.) не может прикрепляться к ним. Воспроизведение – реальное или виртуальное – представительских логотипов или эмблем ФИФА, конфедераций, национальных футбольных ассоциаций, соревнований, клубов или других организаций запрещено на поле, сетках ворот и зонах, которые они ограничивают, воротах и флагштоках во время матча. Они разрешены на флагах, прикрепленных к флагштокам.

Кроме этого, любая вертикальная реклама должна совокупно удовлетворять следующим требованиям: находиться как минимум в одном метре от боковых линий по внешней стороне поля для игры; на том же расстоянии от линии ворот, как глубина сетки ворот, находиться в одном метре от сетки ворот (далее – охранный зона вблизи линии ворот).

Также, 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, лиц подающих мячи и любых других лиц, а равно предметов и/или вертикальной рекламы, которые загораживают указанные конструкции от обзора телевизионных камер или каким-либо иным образом нарушают визуальное восприятие информации, размещенной на указанных рекламных конструкциях.

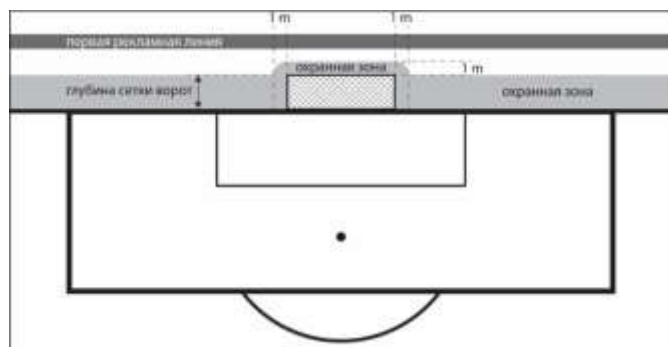


Рис.1 Охранная зона вблизи линии ворот

При соблюдении вышеуказанных требований, а также при условии обеспечения необходимых мер безопасности для Участников Матча, Клубы вправе размещать между рекламными конструкциями первой линии и линией футбольного поля плоские горизонтальные рекламные носители (баннеры (в том числе LiveAd), 3D-коврики и пр.) по предварительному письменному согласованию с РПЛ.

Максимальная высота полного рекламного сообщения (включая фон охранного поля), размещенного на конструкциях второй и третьей линии, а также на иных рекламных носителях, размещаемых на трибунах, ограждениях стадионов, находящихся в зоне видимости телевизионных камер, не должна превышать 1,5 м, если иное не согласовано Клубом с РПЛ. Текст рекламных сообщений на рекламных конструкциях, указанных в настоящем абзаце, не должен визуально доминировать над рекламными сообщениями, размещенными на СДУ.

Согласование с РПЛ размещения рекламных материалов, размещаемых на носителях, расположенных перед первой рекламной линией (в т.ч. на 3D-коврах, плоских горизонтальных рекламных носителях, призмах, флажках и т.п.), производится Клубом не позднее, чем за пять рабочих дней до планируемой даты начала размещения рекламных материалов, путем направления письма, подписанного уполномоченным лицом Клуба, с приложением размеров и визуализации размещения рекламных материалов.

Плоские горизонтальные рекламные носители/рекламные сообщения, размещаемые вдоль боковой линии футбольного поля напротив центрального круга в зоне видимости телевизионных камер, не должны размещаться вне рекламного слота, длина которого равна 36 метров (по 18 метров от центральной линии в обе стороны футбольного поля). Рекламные сообщения на таких плоских горизонтальных рекламных носителях не должны визуально доминировать над рекламными сообщениями, размещенными на СДУ.

3D-ковры, размещаемые вдоль лицевой линии футбольного поля, должны соответствовать следующим требованиям (стандартный 3D-ковер):

- Площадь одного 3D-ковра не должна превышать 50 м²;
- Длина одного 3D-ковра не должна превышать длину 1/3 части расстояния от линии охранной зоны вблизи ворот до углового флажка (боковой линии).

Рекламные сообщения на 3D-коврах не должны визуально доминировать над рекламными сообщениями, размещенными на СДУ.

Клубы не вправе размещать фирменное наименование, товарные знаки и знаки обслуживания, коммерческие обозначения, а также контактные данные (адрес местонахождения, адреса пунктов приема ставок, адрес сайта, номера телефонов) более одного третьего лица, оказывающего услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари (товарная группа «беттинг»: «букмекеры» и «тотализаторы»), в местах проведения своих домашних Матчей Чемпионата.

При этом Клуб в течении каждого из сезонов Чемпионата не может передавать права, оказывать услуги, выполнять работы одновременно в пользу более одного третьего лица, оказывающего услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари (товарная группа «беттинг»: «букмекеры» и «тотализаторы»), а также иметь соглашения с такими

третьими лицами, предметом которых является передача прав, оказания услуг, выполнение работ в пользу Клуба.

Фирменное наименование, товарные знаки и знаки обслуживания, коммерческие обозначения, рекламные сообщения и предложения, а также контактные данные (адрес местонахождения, адреса пунктов приема ставок, адрес сайта, номера телефонов) Конкурирующих спонсоров Клуба, оказывающих услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари (товарная группа «беттинг»: «букмекеры» и «тотализаторы») могут размещаться в чаше Стадиона на следующих носителях:

- СДУ первой и второй линии (при наличии второй линии на стадионе) в объеме не более 10 минут совокупно. Одновременное (синхронное) размещение рекламных материалов Конкурирующего спонсора Клуба на СДУ первой и второй линий СДУ признается самостоятельным размещением на первой и второй линиях СДУ и учитывается отдельно в общем зачете допустимого рекламного времени при размещении рекламных материалов такого Конкурирующего спонсора Клуба;
- на эксклюзивной основе в данной товарной группе, на не более, чем четырех 3D-коврах, по утверждённым допустимым габаритам;
- на арке выхода команд – не более одного рекламного слота на каждой стороне арки (на лицевой и на тыльной) в целях размещения товарного знака или знака обслуживания конкурирующего спонсора (размещение рекламных материалов конкурирующего спонсора в двух рекламных слотах на одной стороне арки выхода команд не допускается);
- на каждой из кабинок запасных игроков играющих команд – не более одного рекламного слота (наклейки) на одной кабинке, содержащей информацию о конкурирующем спонсоре;
- на информационных панно для экспресс-интервью, в микст-зоне (если применимо) и на пресс-конференциях, которые будут организованы при проведении каждого Матча Чемпионата, при этом общий объем (количество), занимаемый логотипами конкурирующего спонсора, не должен превышать 10 % от общего объема (количества) информационных блоков;
- на не более чем четырех стационарных рекламных щитах второй рекламной линии;
- на электронном табло стадиона (при размещении рекламы Конкурирующего спонсора Клуба на электронном табло стадиона при трансляции матча, в т.ч. фрагментов матча, его логотип /товарный знак должен быть расположен на отдельно выделенной подложке (полосе), размещаемой вдоль нижней границы экрана электронного табло);
- на иных стационарных рекламных конструкциях, расположенных за второй рекламной линией, включая третью рекламную линию (при наличии), пилоны, тоннели, балконы;
- в случаях присвоения Клубом/владельцем стадиона Титульного наименования и/или обозначения Конкурирующих спонсоров (нейминга) стадиону в целом, отдельным секторам стадиона, отдельным трибунам стадиона, отдельным ложам на стадионе, ресторанам, бизнес-клубам – такие рекламные сообщения (в т.ч. указывающие на принадлежность к стадиону и его составным частям), содержащие Титульные наименования и обозначения, должны являться неотделимыми без ущерба для указанных конструкций.
- на иных носителях и/или объеме, согласованных с РПЛ и Генеральным партнером Чемпионата.

Размещение в чаше стадиона при проведении домашних матчей Клуба фирменного наименования, товарных знаков и знаков обслуживания, коммерческих обозначений, рекламных сообщений и предложений, а также контактных данных (адрес местонахождения, адреса пунктов приема ставок, адрес сайта, номера телефонов) Конкурирующего спонсора Клуба, оказывающего услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари (товарная группа «беттинг»: «букмекеры» и «тотализаторы»), может осуществляться только в указанном выше объеме и на указанных носителях – размещение в чаше стадиона при проведении домашних матчей Клуба фирменного наименования, товарных знаков и знаков обслуживания, коммерческих обозначений, рекламных сообщений и предложений, а также контактных данных третьих лиц, оказывающих услуги в иных товарных категориях, но визуальный облик элементов (в т.ч. части элементов), указанных в настоящем абзаце, которых является схожим до степени смешения с фирменным наименованием, товарными знаками и знаками обслуживания, коммерческими обозначениями, рекламными сообщениями и предложениями, контактными данными

Конкурирующего спонсора Клуба, оказывающего услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари, допускается в пределах объема и носителей, указанных выше в целях размещения рекламы Конкурирующего спонсора Клуба, оказывающего услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари, и учитывается совокупно с ней. Данная оговорка, указанная в настоящем абзаце, не распространяется на наименования спортивных соревнований/мероприятий/продуктов, организатором которых является Клуб.

д) обеспечить размещение товарных знаков/логотипов официальных спонсоров, Чемпионата, партнеров Чемпионата и/или РПЛ согласно макетам, предоставленным РПЛ, на всех видах (не более 10 товарных знаков/логотипов на каждом) печатной продукции Клубов, выпускаемых в связи с проведением матчей Чемпионата (входные билеты, приглашения, пропуска, автопропуска на Матчи, программки Матчей). При этом размеры логотипов: Чемпионата, официальных спонсоров, партнеров Чемпионата и/или РПЛ, - должны быть не меньше размеров логотипов официальных спонсоров и партнеров Клубов и должны располагаться отдельным блоком. Клуб должен обеспечивать соответствие цветности товарных знаков/логотипов официальных спонсоров: Чемпионата, партнеров Чемпионата и/или РПЛ, - изображаемых на печатной продукции Клубов, согласно полученным образцам;

обеспечить размещение официального логотипа (эмблемы) Чемпионата, согласно макетам, предоставленным РПЛ, на аккредитациях. Требование о нанесении официального логотипа (эмблемы) Чемпионата на аккредитациях не применяется, если на момент утверждения соответствующей редакции настоящего Регламента тираж аккредитаций уже был произведен Клубом, о чем Клуб письменно уведомил РПЛ до даты утверждения соответствующей редакции настоящего Регламента;

обеспечить размещение официального логотипа (эмблемы) Чемпионата, согласно макетам, предоставленным РПЛ, на афишах, выпускаемых Клубом к предстоящим матчам, в т.ч. на цифровых.

Товарные знаки/логотипы (если применимо соответствующее требование настоящего Регламента): Чемпионата, официальных спонсоров, партнеров Чемпионата и/или РПЛ, - должны размещаться (постольку, поскольку это допускается действующим законодательством, нормами ФИФА, УЕФА и РФС, а также если такое размещение на конкретном носителе технически возможно):

- на входных билетах, автопропусках (включая электронные) на Матчи – на лицевой стороне;
- на программках к Матчам – на первой странице обложки.

Порядок согласования бланков (макетов) печатной продукции:

- бланки (макеты) билетов и печатной продукции, выпускаемой Клубом к началу сезона Чемпионата, подлежат согласованию с РПЛ в срок не позднее 14 (четырнадцати) календарных дней до проведения первого тура Чемпионата соответствующего сезона. Бланк (макет) признается согласованным исключительно в случае направления РПЛ в адрес Клуба письменного подтверждения о согласовании (в т.ч. посредством официальной электронной почты) или в случае отсутствия ответа РПЛ в течение 7 (семи) календарных дней с даты получения бланков (макетов) билетов и печатной продукции;

- в случае изменения Клубом бланков (макетов) билетов и печатной продукции в ходе Чемпионата, новые бланки билетов и печатной продукции подлежат согласованию с РПЛ не позднее, чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до проведения Матча, на котором планируется использовать измененный (новый/временный) бланк билета и/или печатной продукции, выпускаемой к Матчу. Бланк (макет) признается согласованным исключительно в случае направления РПЛ в адрес Клуба письменного подтверждения о согласовании (в т.ч. посредством электронной почты) или в случае отсутствия ответа РПЛ в течение 7 (семи) календарных дней с даты получения бланков (макетов) билетов и печатной продукции.

Требования указанного пункта не распространяются на выпускаемые Клубами сезонные носители: абонементы, автопропуска, приглашения в ложи и аккредитации;

- е) не позднее 5 дней, следующих за отчетным матчем, предоставлять РПЛ:

- фото выноса круглого баннера Чемпионата;
- фото рекламы на СДУ 1-й линии;
- фото скамеек запасных игроков;
- фото шевронов на правом рукаве игроков;
- фото презентационного баннера;
- фото стойки под мяч;
- фото арки выхода команд;
- видеоролики на табло стадиона (запись всех рекламных блоков);
- фото игроков на фоне задников микст и флэш зон;
- фото с пресс-конференции на фоне панно;
- фото, отражающие активности спонсоров РПЛ и клуба;
- скан-образы билетов, пропусков и аккредитаций;
- фото логотипа РПЛ в номерах на спинах игроков.

Все фото и видео материалы должны быть привязаны к отчётному матчу с указанием в названии файла номера тура, даты проведения матча, участников матча, наименования вида (носителя) размещения/услуги по следующему образцу: «№тура_дата_клубы-участники_носитель/услуга».

Официальные интернет-сайты Клубов должны иметь на всех страницах счетчики посещаемости (Liveinternet или Google Analytics или Яндекс.Метрика). В случае отсутствия публичного доступа к данным статистики по этим счетчикам Клубы обязаны по запросу РПЛ предоставлять выгрузку по запрашиваемым параметрам;

ж) обеспечить размещение рекламных материалов официальных спонсоров, партнеров и Основного вещателя, предоставленных РПЛ, на кабинках для запасных игроков в соответствии со схемой, утвержденной РПЛ. Реклама партнеров и спонсоров РПЛ, размещаемая в виде табличек на скамейках запасных, должна соответствовать следующим требованиям и пропорциям:

1. На 40% от общего количества табличек размещаются спонсоры и партнеры РПЛ, на 60 % от общего количества табличек – спонсоры и партнеры клуба;
2. Таблички спонсоров и партнеров РПЛ должны располагаться ближе к центру стадиона единым блоком согласно схеме РПЛ, если иная схема размещения не согласована РПЛ в ЭСУС.

Макет размещения табличек на скамейках запасных для каждого Клуба загружается в соответствующий раздел ЭСУС силами РПЛ.

з) обеспечить размещение представленных РПЛ рекламных материалов Титульного и Генерального партнеров Чемпионата, официальных спонсоров, партнеров РПЛ на электронно-информационном табло 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 должна заканчиваться не ранее чем за 20 минут до начала матча.

Все рекламные материалы официальных спонсоров, партнеров РПЛ должны размещаться в неискаженном виде в соответствии с медиа-планом, согласованным РПЛ в электронной системе управления соревнованиями не позднее 13:00 (по московскому времени) рабочего дня, предшествующего дню Матча.

Официальное наименование Чемпионата и/или Официальный Логотип Чемпионата должны размещаться на табло все время при демонстрации счета Матча;

и) обеспечить размещение эмблемы Чемпионата с информацией о Титульном спонсоре/партнере Чемпионата (АО «НСПК», Платежная система «Мир», Система быстрых

платежей) на правом рукаве игровой формы всех игроков команды Клуба в виде шеврона и по решению РПЛ – эмблему (логотип) РПЛ на номерах игровых футболок.

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

Перед началом каждого сезона шевроны в необходимом количестве предоставляются РПЛ по запросу Клуба. Клуб вправе самостоятельно изготавливать шевроны при точном соблюдении размеров и цветовой палитры согласно дизайну (макету), заблаговременно предоставленному РПЛ Клубу.

В рамках проведения матчей Чемпионата применяется два варианта шеврона: для нанесения на светлую игровую форму и для нанесения на темную игровую форму.

Логотип, предназначенный для размещения на номерах игровых футболок, представляет собой эмблему (логотип) АФК «РПЛ» без ее словесной части.

Логотип АФК «РПЛ» должен быть размещен на каждой цифре персонального номера игрока на футболках игровой формы. Начиная с сезона 2025-2026 гг., логотип АФК «РПЛ», размещаемый на каждой цифре персонального номера игрока на футболках игровой формы, должен быть исполнен в составе единого макета каждой цифры персонального номера игрока методом прямого переноса дизайн-макета номера с логотипом АФК «РПЛ» с сублимационной бумаги на край игровых футболок (метод полной сублимации) либо методом вырезания логотипа режущим плоттером на цифрах персональных номеров игроков, выполненных из полимерной пленки – нанесение логотипа на цифры поверх макета цифр персональных номеров не допускается.

Логотип располагается в нижней части цифры на расстоянии 10 мм - 15 мм (зависит от толщины выбранного шрифта) от нижней кромки цифр "1", "4", "7".

На цифре "2" логотип размещается по центру горизонтальной ножки цифры.

На цифрах "3", "5", "6", "8", "9", "0" логотип размещается по центру цифры в нижней ее части.

По решению РПЛ клуб - действующий чемпион имеет право на нанесение чемпионского шеврона на игровую форму на один сезон (следующий за тем, в котором Клуб был признан чемпионом РПЛ). Дизайн (макет) такого шеврона самостоятельно определяется РПЛ.

к) Обеспечить проведение Генеральным спонсором Чемпионата ВТЛ-мероприятий в количестве до 3-х за сезон для домашних матчей каждого Клуба (далее – ВТЛ-мероприятия Генерального спонсора). Проведение большего количества ВТЛ-мероприятий допускается по согласованию с Клубом.

РПЛ уведомляет Клуб о всех запланированных к проведению ВТЛ-мероприятиях Генерального спонсора с описанием формата их проведения не позднее 5 (пяти) дней с даты официальной публикации соответствующего отрезка календаря Чемпионата. В случае, если формат проведения ВТЛ-мероприятий Генерального спонсора предполагает выступление артиста или творческого коллектива, которые могут негативно ассоциироваться с болельщиками Клуба и/или самим Клубом, последний обязуется сообщить об этом в течение 5 (пяти) дней с даты получения соответствующего уведомления от РПЛ и заявить об отводе соответствующего артиста и/или творческого коллектива. В случае неполучения РПЛ ответа от Клуба в установленный настоящим пунктом срок, кандидатуры артистов и/или творческих коллективов признаются согласованными Клубом в отношении всех ВТЛ-мероприятий Генерального спонсора. В случае получения от Клуба отвода кандидатуры артиста и/или творческого коллектива, РПЛ обязуется в течение 5 (пяти) дней согласовать с Генеральным партнером Чемпионата и Клубом иную кандидатуру для выступления в рамках проведения ВТЛ-мероприятий Генерального спонсора. В случае, если Клуб заявляет повторный отвод от вновь предложенной иной кандидатуры артиста и/или творческого коллектива, РПЛ по согласованию с Генеральным спонсором Чемпионата самостоятельно определяют кандидатуры артистов и/или творческих коллективов для выступления в рамках ВТЛ-мероприятий Генерального спонсора.

При проведении домашних матчей Клуба не может быть проведено более трех ВТЛ-мероприятий Генерального спонсора. Выбор матчей, на которых будут проводиться ВТЛ-мероприятия Генерального спонсора, осуществляется совместно РПЛ, Основным вещателем и

Генеральным спонсором. Совокупными критериями для выбора матчей, на которых планируется проведение BTL-мероприятий Генерального спонсора, являются:

- матчи, запланированные к показу Основным вещателем в эфире общероссийского обязательного общедоступного телеканала, если иное не согласовано между РПЛ, Генеральным спонсором и Основным вещателем;
- матчи повышенного зрительского интереса, учитывающие спортивное (турнирное) значение, статус городского или регионального дерби;
- матчи, имеющие исторический или юбилейный контекст.
- при прочих равных условиях принимаются во внимание: техническая оснащенность стадионов, логистический и климатические факторы.

Кроме того, РПЛ вправе провести одно BTL-мероприятие Титульного спонсора Чемпионата за сезон на каждом домашнем матче каждого Клуба. В отношении таких иных BTL-мероприятий РПЛ уведомляет Клуб о намерении провести BTL-мероприятие с указанием формата и плана BTL-мероприятия не позднее, чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до планируемой даты проведения соответствующего BTL-мероприятия, а Клуб обязуется направить в РПЛ подтверждение согласования проведения BTL-мероприятия не позднее, чем за 7 (семь) календарных дней до даты проведения соответствующего Матча, на котором планируется проведение BTL-мероприятия.

При проведении BTL-мероприятий Клуб обеспечивает размещение демонстрационных зон и иных интерактивных зон Генерального/Титульного спонсора в местах доступа зрителей (подтрибунных помещениях и на прилегающей территории Стадиона) к каждой трибуне Стадиона, а также обеспечивает проведение спонсорами Чемпионата и/или РПЛ Промо-мероприятий на всех домашних матчах каждого Клуба.

РПЛ уведомляет Клуб о намерении спонсора или партнера провести Промо-мероприятие с предоставлением плана Промо-мероприятия не позднее, чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до планируемой даты проведения соответствующего Промо-мероприятия, а Клуб обязуется направить в РПЛ подтверждение или мотивированный отказ в проведении Промо-мероприятия не позднее, чем за 7 (семь) календарных дня до даты проведения соответствующего Матча, на котором планируется проведение промо-мероприятия.

При согласовании Клубом проведения Промо-мероприятия спонсора или партнера, Клуб обязан обеспечить условия для проведения Промо-мероприятия согласно согласованному плану Промо-мероприятия.

л) предоставлять РПЛ на каждый Матч, в соответствии с письменными заявками Спонсоров без оплаты со стороны РПЛ, в срок не позднее, чем за 4 (четыре) календарных дня до начала Матча:

- входные билеты/приглашения высшей категории VIP (с пропусками для въезда автомобилей на территорию стадиона с правом парковки) – 20 (двадцать) билетов и 6 (шесть) парковок соответствующей категории;
- входные билеты/приглашения категории VIP (с пропусками для въезда автомобилей на территорию стадиона с правом парковки) – 27 (двадцать семь) билетов и 22 (двадцать две) парковки;
- входные билеты/приглашения улучшенной категории – 120 (сто двадцать) билетов;
- автопропуска для телевизионной техники (ОВ) – 20 (двадцать) автопропусков.

Безвозмездно предоставлять для руководства РПЛ 4 (четыре) билета/пригласительных категории Президентская ложа либо VVIP (Центральная бизнес-ложа).

В случае если за 2 (два) рабочих дня до матча представитель РПЛ не уведомил (в т.ч. по электронной почте) Клуб о подтверждении билетной квоты РПЛ/спонсоров Чемпионата, принимающий Клуб вправе распорядиться данной квотой по своему собственному усмотрению.

Клуб обязуется зарезервировать за РПЛ для представительских целей в рамках реализации стратегических инициатив и предоставлять по запросу РПЛ на каждый матч, в котором Клуб является принимающим, без оплаты со стороны РПЛ или по выбору Клуба (в случае отсутствия возможности безвозмездного предоставления) на возмездной основе 10 (десять) билетов/пригласительных высшей категории VIP – в таком случае если за 4 (четыре) дня до матча

РПЛ не выкупила у Клуба указанную в настоящем абзаце билетную квоту, Принимающий клуб вправе распорядиться данной квотой билетов по своему собственному усмотрению.

Клуб обязуется предоставлять по запросу РФС на каждый Матч, в котором Клуб является принимающим, без оплаты со стороны РФС, в срок не позднее, чем за 4 (четыре) рабочих дня до начала Матча не более 10 (десяти) входных билетов/приглашений без категории (улучшенной категории при наличии).

Кроме того, Клуб обязуется предоставить по запросу РФС на каждый матч, на возмездной основе не более 8 (восьми) входных билетов/приглашений высшей категории VIP в целях исполнения РФС взятых на себя обязательств перед своими спонсорами и партнерами. В случае если за 4 (четыре) дня до матча РФС не выкупил у Клуба указанную в настоящем абзаце билетную квоту, Принимающий клуб вправе распорядиться данной квотой билетов по своему собственному усмотрению.

Кроме того, Клуб обязуется предоставить по запросу тренерского штаба РФС или уполномоченного РФС лица, на безвозмездной основе, 4 (четыре) входных билета/приглашения улучшенной категории для просмотра матчей тренерами национальной сборной команды России по футболу.

Кроме указанных выше квот, принимающий Клуб предоставляет Клубу-гостю на каждый Матч, без оплаты со стороны клуба-гостя, в срок не позднее, чем за 4 (четыре) рабочих дня до начала Матча, 20 (двадцать) входных билетов/приглашений высшей категории VIP (или отдельную ложу высшей категории VIP в центральных зонах трибун, расположенных напротив границ от одной лицевой линии штрафной зоны до другой лицевой линии штрафной зоны футбольного поля, вместимостью не менее 20 человек, если между Клубом-гостем и принимающим Клубом письменно не согласована иная квота). При необходимости РПЛ может утвердить схему, согласно которой определяется указанная в настоящем абзаце зона трибун.

Применительно к данному пункту высшая категория VIP – премиальная категория билетов в официальной билетной программе Клуба, высшая по набору дополнительно предоставляемых услуг (включая кейтеринг), предоставляющая места в отдельном премиальном секторе, бизнес-клубе или в отдельных ложах за исключением специальной категории официальной ложи для охраняемых лиц – VVIP и президентской ложи. VIP – категория билетов в официальной билетной программе Клуба включающая предоставление мест повышенной комфортности без включенных услуг кейтеринга, расположенных, в зависимости от стадиона и выбора Клуба, в ложах, отдельных секторах с маркировкой VIP или в секторах в составе VIP трибун. Билетами/приглашениями улучшенной категории являются билеты/приглашения предоставляющие места, расположенные в центральных секторах одной из центральных трибун стадиона.

Билеты/приглашения сверх квоты, указанной в настоящем подпункте, предоставляются РПЛ на возмездной основе на основании письменной заявки, при этом Клуб вправе отказать в предоставлении дополнительных билетов/приглашений, если заявка на их получение была подана менее чем за семь календарных дней до даты проведения соответствующего матча.

м) урегулировать все организационные и технические вопросы, возникающие в связи с выполнением обязательств перед официальными спонсорами и партнерами Чемпионата и/или РПЛ, 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 сценариями, утвержденными РПЛ в ЭСУС;

н) обеспечить вручение учрежденных РПЛ, официальными спонсорами и партнерами Чемпионата призов/наград/премий, 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, чем за три календарных дня) согласовано с Клубом;

о) соблюдать единые требования и стандарты в отношении размещения рекламных материалов официальных спонсоров и партнеров Чемпионата и/или РПЛ на любых рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;

п) обеспечить размещение предоставленных РПЛ арки для выхода команд, презентационного баннера, центрального (круглого) и стойки для игрового мяча Чемпионата в местах, определённых РПЛ и ОВ;

р) обеспечить размещение в чаше домашнего стадиона флага Чемпионата – при наличии технической возможности и по отдельному согласованию с РПЛ Клуб вправе размещать согласованное с РПЛ цифровое изображение флага Чемпионата;

с) предоставить третьим лицам, письменно указанным РПЛ Клубу, аккредитацию на все Матчи Чемпионата (аналогичный доступ, как у представителей прессы и средств массовой информации с беспрепятственным обзором и рабочее место с подключением к сети Интернет) в целях сбора спортивных данных – не более двух представителей соответствующего третьего лица, письменно указанного РПЛ.

Перед стартом каждого из сезонов Чемпионата Клуб предоставляет Генеральному партнеру 2 (Две) сезонные именные аккредитации на все Матчи в целях контроля проведения ВТЛ и Промо-мероприятий. Такие аккредитации должны обеспечивать право доступа в те зоны допуска соответствующего стадиона, доступ к которым необходим в соответствии с вышеуказанными целями. Аккредитации предоставляются по предварительной письменной заявке Генерального партнера.

В течение сезона Клуб предоставляет Титульному спонсору согласованное количество разовых аккредитаций и оказывает содействие в организации вручения представителем/представителями Титульного спонсора награды лучшему игроку Матча. Совокупное количество вручения наград лучшему игроку Матча с участием представителя/представителей Титульного спонсора не должно превышать 10 игр за сезон.

т) обеспечить участие футболистов и/или тренеров команды в маркетинговых мероприятиях, организуемых РПЛ. От РПЛ не позднее, чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до даты участия, должен поступить официальный запрос с уточнением конкретных персон, вовлекаемых в мероприятие со стороны Клуба. РПЛ имеет право привлекать к участию в мероприятиях футболистов и/или тренеров одной команды не чаще, чем один раз в календарный месяц. Клуб вправе обоснованно отказать РПЛ в обеспечении участия футболистов и/или тренеров команды Клуба в маркетинговых мероприятиях РПЛ не позднее, чем за 5 календарных (пять) дней до даты проведения соответствующего маркетингового мероприятия. Все расходы, связанные с участием в маркетинговых мероприятиях РПЛ футболистов и/или тренеров команды, РПЛ несет самостоятельно при возможной поддержке Клуба.

у) обеспечить возможность проведения фотосессий и видеосъемок в целях продвижения Чемпионата или конкретных матчей и/или событий в рамках проведения Чемпионата (при условии, что Генеральный партнер самостоятельно проведет все предварительные согласования с Клубом, стадионом и всеми заинтересованными службами стадиона) с участием представителей Генерального партнера в местах проведения Матчей (не более одной фотосессии и видеосъемки на каждом домашнем стадионе Клуба РПЛ). Все организационные и сопутствующие расходы, связанные с реализацией указанной в настоящем абзаце спонсорской привилегии, Генеральный партнер несёт самостоятельно.

ф) обеспечить участие главного тренера/тренера каждой из команд, участвующих в Матче - за 45-60 минут до начала Матча (продолжительность 3-5 минут), главного тренера каждой из команд, участвовавших в Матче - после окончания Матча (продолжительность 1-2 минуты), игроков обеих команд, принимавших участие в Матче (непосредственно выходявших на поле в первом тайме) в перерыве Матча (продолжительностью 30-60 секунд), а также игроков обеих команд, принимавших участие в Матче (непосредственно выходявших на поле в Матче) – после окончания Матча (продолжительностью 30-60 секунд) в интервью для ОВ в специально отгороженной зоне для проведения коротких интервью.

х) обеспечить выход команды из раздевалки не позднее, чем за 5 минут до установленного времени начала Матча, если более раннее время выхода не согласовано Делегатом и ОВ на организационном предматчевом совещании. Перед вторым таймом, команда Клуба обязана

собраться в подтрибунном помещении и приготовиться к выходу на поле с таким расчетом, чтобы оказаться у центральной линии поля через 15 минут после окончания первого тайма.

Стороны понимают, что обязательства Клубов, предусмотренные Регламентом, подлежат исполнению с соблюдением требований законодательства РФ о рекламе, и соблюдение указанных требований не может считаться нарушением Регламента и служить основанием для привлечения Клубов к ответственности.

ц) обеспечить условия для вручения наград лучшим игрокам матча, в т.ч. обеспечить присутствие лауреата награды «Лучший игрок матча» на послематчевом флэш-интервью.

Награда вручается перед началом послематчевого флэш-интервью в соответствии с «Положением о награде, вручаемой лучшему игроку матча».

Клуб обязуется обеспечить обязательное проведение фотосъемки лауреата с наградой по завершении послематчевого флэш-интервью в целях последующего размещения фотографий лауреата с наградой на официальных информационных ресурсах РПЛ

6. Матчевые и рекламные материалы.

РПЛ предоставляет Клубу следующие рекламные материалы, оборудование и предметы экипировки, необходимые для реализации обязательств РПЛ перед официальными спонсорами и партнерами Чемпионата и/или РПЛ:

- баннер, предусмотренный подпунктом «б» статьи 5 настоящего Регламента,
- рекламные материалы для размещения на рекламных носителях, макеты рекламных материалов для изготовления и размещения на рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;
- презентационный баннер для построения команд;
- рекламно-информационные панно для их размещения при проведении послематчевых пресс-конференций, flash-интервью, а также в микст-зоне;
- арку выхода команд;
- стойку под официальный мяч Турнира;
- таблички (наклейки) для скамейки запасных;
- табличка на автобус;
- флаг Чемпионата;
- аудио и видеоматериалы для их размещения на Стадионе при проведении Матчей.

7. Особые положения.

Право нанесения любых рекламных материалов на игровую, тренировочную, парадную и отдельные виды форм принадлежит Клубам на исключительной (эксклюзивной) основе, за исключением исключительного (эксклюзивного) права РПЛ на размещение шеврона на правом рукаве игровой формы всех игроков команд Клубов с интеграцией информации о Титульном партнере Чемпионата, а также в номерах на игровой форме.

Право РПЛ на использование образов игроков и тренеров, их имен и псевдонимов, их статистических, исторических, биографических данных, номеров на игровой форме, включая права на использование фото- и видеоматериалов Клуба, а также право проведения по согласованию с Клубами специальных фотосессий и видеосъемок, логотипов Клубов, реализуется при условии одобрения органами управления РПЛ передачи третьим лицам такого права (использование в составе единой коллекции объектов интеллектуальной собственности третьего лица, либо совместно с наименованием и логотипом РПЛ или Чемпионата). Использование наименования или логотипов Клуба, а также образов игроков и тренеров не должно создавать у третьих лиц, в том числе у потребителей, впечатление, что тот или иной спонсор или партнер РПЛ, которому переданы соответствующие права, является спонсором/партнером Клуба.

Права РПЛ на использование официальных наименований, логотипов, описания и изображений (внутренних и внешних) домашнего стадиона Клуба допускается исключительно в

связи с проведением на нем матчей Чемпионата и только по согласованию с Клубом. Использование наименования или логотипов стадиона Клуба не должно создавать у третьих лиц, в том числе у потребителей, впечатления, что тот или иной спонсор или партнер РПЛ является спонсором/партнером стадиона Клуба.

Ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение указанных выше обязательств и требований устанавливается договорами между РПЛ и Клубами, а также Решениями Общего собрания РПЛ, имеющими обязательную силу для всех Клубов РПЛ.

Клубы оказывают содействие Титульному спонсору в возможности интеграции программ лояльности Титульного спонсора в финансовые инструменты, используемые Клубами при расчетах с болельщиками (если услуга оказывается болельщику непосредственно Клубом или привлеченным Клубом агентом), в т.ч. при приобретении билетов, приобретении клубной атрибутики в точках продаж, а также интернет-магазинах Клубов; в размещении на сайтах Клубов информации о программе лояльности для держателей карт «Мир» (<https://privetmir.ru/>) в формате, согласованном с Титульным спонсором; оказании сопутствующих услуг на стадионах, в т.ч. право на интеграцию Спонсора в программу Matchday: проведение Титульным спонсором рекламных и промо мероприятий/акций во время проведения Матчей на соответствующих Стадионах, с предоставлением РПЛ Титульному спонсору площадки для проведения таких мероприятий, а также с допуском подрядчиков Титульного спонсора, участвующих в организации таких мероприятий – все расходы, связанные с реализацией такого права, Титульный спонсор будет нести самостоятельно и за свой счет. Все организационные и сопутствующие расходы, связанные с интеграцией программ лояльности Титульного спонсора, последний несёт самостоятельно.

В целях исполнения указанного выше обязательства перед Титульным спонсором РПЛ обязуется провести необходимые корпоративные мероприятия (в т.ч. путем рассмотрения вопроса коллегиальным органом управления РПЛ), направленные на принятие системного решения об интеграции программ лояльности Титульного спонсора в деятельность Клубов, связанную с реализацией товаров и услуг болельщикам, а также на предоставление Титульному спонсору права на интеграцию Титульного спонсора в программу Matchday.

Клубы вправе выбирать и использовать при проведении Чемпионата спортивную экипировку по своему усмотрению и размещать рекламу производителя указанной экипировки в месте проведения домашних матчей команд Клубов в рамках Чемпионата и на спортивной форме команд Клубов.