

Regulamin marketingowy rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019

Wstęp

Poniższy regulamin przewiduje wszystkie sytuacje związane z powierzchnią reklamową obowiązującą w sezonie 2018/2019 w PGNiG Superlidze. Ma na celu zaznajomienie i usystematyzowanie wiedzy wszystkich osób zajmujących się stroną marketingową w klubach PGNiG Superligi. Rozwiązania nie przewidziane w manualu podlegają indywidualnym ustaleniom. Wszystkie rysunki są materiałami podglądowymi i mogą różnić się od rzeczywistych wymiarów i proporcji, a także ustawieniem ze względu na specyfikację hali i ustawienie kamery prowadzącej. Koszt przygotowania materiałów dla Sponsorów Superligi pokrywa Superliga, chyba że umowa stanowi inaczej. Przygotowanie materiałów dla Sponsorów klubowych leży po stronie klubu. Wszystkie reklamy umieszczane w przestrzeni reklamowej muszą być skierowane w stronę kamery prowadzącej.

1. Zakres zastosowania regulaminu

- 1.1 Przepisy Regulaminu ekspozycji reklamowej rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019 (dalej: Regulamin) obowiązują wszystkie kluby uczestniczące w rozgrywkach PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019,
- 1.2 Regulamin stosuje się do wszystkich meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019,
- 1.3 Kluby zobowiązane są realizować świadczenia reklamowe i sponsorskie oraz inne obowiązki zawarte w treści Regulaminu, zgodnie z dyrektywami przedstawionymi w poszczególnych punktach Regulaminu.

2. Ogólne zasady i standardy dotyczące ekspozycji treści reklamowych

- 2.1 Podczas meczów PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019 dozwolone są ekspozycje reklamowe wszystkich produktów i usług z wyjątkiem tych, które są zakazane przez prawo powszechne. Zabroniona jest również ekspozycja podmiotów konkurencyjnych do sponsora tytularnego oraz partnerów Superligi, chyba, że dane podmioty wyrażą na to pisemną zgodę. Zakazane jest również eksponowanie wszelkich treści politycznych i religijnych oraz wszelkich innych uznawanych powszechnie za niewłaściwe lub obraźliwe, w tym m.in. treści o zabarwieniu rasistowskim, oraz mogących negatywnie oddziaływać na markę lub na markę i opinię PGNiG Superligi oraz, opinię Sponsora Tytularnego rozgrywek,
- 2.2 Kluby są zobowiązane do dbania o schludny i estetyczny wygląd reklam sponsorów podczas meczów oraz do odpowiedniego przechowywania materiałów reklamowych powierzonych przez Superligę,
- 2.3 Kluby mają obowiązek podpisania protokołu przyjęcia materiałów reklamowych przekazanych przez Superligę,
- 2.4 Kluby w trakcie meczów zobowiązane są do niezwłocznego czyszczenia nośników reklamowych z elementów, które zakłócają przekaz treści reklamowych. Zabronione jest pozostawianie przez drużyny ręczników, dresów rozgrzewkowych oraz innych materiałów na elementach reklamowych,

2.5 Kluby w trakcie meczów zobowiązane są do niezwłocznego ustawienia/ złączenia nośników reklamowych, jeśli w trakcie gry zostały one uszkodzone,

2.6 Superliga Sp. z o.o. może wezwać Klub do wyczyszczenia lub naprawy materiałów reklamowych, jeśli ich stan tego wymaga. W przypadku uszkodzenia lub zgubienia materiałów reklamowych, koszt wymiany ponosi Klub. Produkcja nowych materiałów reklamowych każdorazowo musi być zgodna ze specyfikacją przesłaną przez Superligę Sp. z o.o.

3. Zasady dotyczące dozwolonych elementów reklamowych pierwszego planu

3.1 Elementy reklamowe poza obszarem gry:

3.1.1 Pozostające do dyspozycji Superligi:

- a) Dwie bandy reklamowe znajdujące się wzdłuż dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 4,5m x 1m (pole: 2,8, Grafika 1); ekspozycja band z logo sponsora tytularnego PGNiG,
- b) Banda reklamowa znajdująca się w centralnej części dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 6m x 1m (pole: 5 - Grafika 1 i pole 2 – Grafika 2); ekspozycja bandy z logo PGNiG Superligi,
- c) Cztery bandy reklamowe znajdujące się wzdłuż dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 4,5m x 1m (pole: 1c, 2c, 12c, 13c, Grafika 1 i 2),
- d) Cztery naklejki, po dwie na stronę przy linii końcowej boiska o wymiarach 3m x 1m (pole: 8a, 9a, 8b, 9b, Grafika 2), ekspozycja:
 - 8a – Kempa,
 - 9a – wp.pl,
 - 8b i 9b – wolne,
- e) Dwie Naklejki, po jednej na stronę w bramkach o wymiarach 3m x 1m (pole: 7a, 7b, Grafika 2); powierzchnie wolne,
- f) Dwa stojaki na Oficjalny Napój przy dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 0,5m x 1,5m (pole: 3c, 11c, Grafika 1 i 2),
- g) Dwa stojaki na Oficjalną Piłkę przy dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 0,5m x 1,5m (pole: 6c, 8c, Grafika 1 i 2),
- h) Branding stolika sędziowskiego przy bliższej linii bocznej boiska o wymiarach 3m x 1m (pole: 7c, Grafika 1 i 2); ekspozycja bandy z logo PGNiG Superligi,
- i) Cztery kasetony, po jednym w każdym narożniku poza boiskiem o wymiarach 1m x 1m (pole: 10a, 11a, 10b, 11b, Grafika 1 i 2):
 - 11b – Kempa (plansza o wymiarach 2x1m), używana przez wszystkie kluby PGNiG Superligi,
 - 10a, 10b, 11a – wolne,
- j) Ekspozycja reklamowa na ławkach rezerwowych (pole: 4c, 5c, 9c, 10c, Grafika 1 i 2).

3.1.2 Pozostające do dyspozycji Klubów:

- a) Sześć band reklamowych znajdujących się wzdłuż dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 4,5m x 1m (pole: 1, 3, 4, 6, 7, 9, Grafika 1) jeśli mecz nie jest meczem telewizyjnym,
- b) Dziesięć band reklamowych, po pięć na stronę, wzdłuż krótszej linii boiska o wymiarach 4m x 1m (pole: 1a, 2a, 3a, 4a, 5a, 1b, 2b, 3b, 4b, 5b, Grafika 1 i 2),
- c) Dwie naklejki, po jednej na stronę, przy krótszej linii boiska o wymiarach 5m x 1m (pole: 6a, 6b, Grafika 2).

3.2 Elementy reklamowe w obszarze gry:

3.2.1 Pozostające do dyspozycji Superligi:

- a) Dwie Naklejki, po jednej na stronę w polu bramkowym o wymiarach 5m x 1m (pole: 2d, 13d, Grafika 2); ekspozycja naklejek z logo sponsora tytularnego PGNiG,
- b) Cztery Naklejki, po dwie na stronę w centralnej części boiska (w sąsiedztwie koła środkowego) o wymiarach 5m x 1m (3d, 4d, 8d, 9d, Grafika 2), ekspozycja:

- 3d – Select,
- 8d – Suzuki,
- 4d, 9d – PGNiG,

- c) Oficjalna piłka meczowa – ekspozycja czystej, nieużywanej piłki na stojaku.

3.2.2 Pozostające do dyspozycji Klubów:

- a) Dwie Naklejki, po jednej na stronę w polu bramkowym o wymiarach 5m x 1m (pole: 1d, 12d, Grafika 2),
- b) Cztery naklejki, po dwie na stronę w centralnej części boiska w sąsiedztwie koła środkowego o wymiarach 5m x 1m (pole: 5d, 6d, 10d, 11d, Grafika 2),
- c) Naklejka w kole środkowym o średnicy 3m (pole: 7d, Grafika 2).

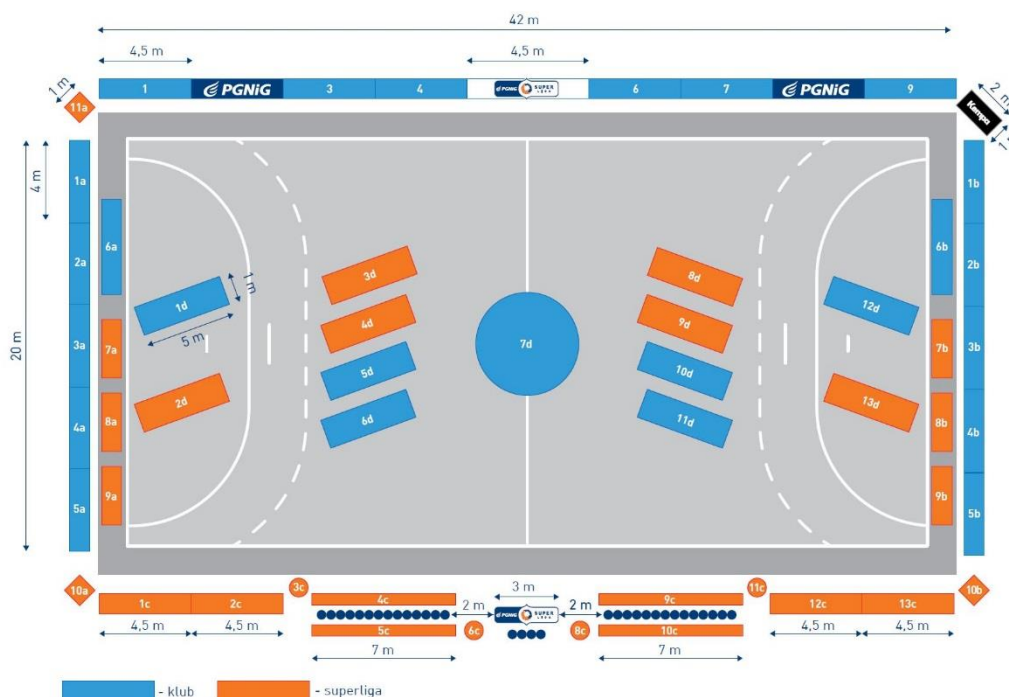
3.3 Bannery wiszące

- 3.3.1 Obowiązkowym jest umieszczenie logo PGNiG i Superligi w każdej hali według indywidualnych ustaleń między klubami, a PGNiG Superligą.

3.4 Zasady dotyczące band reklamowych

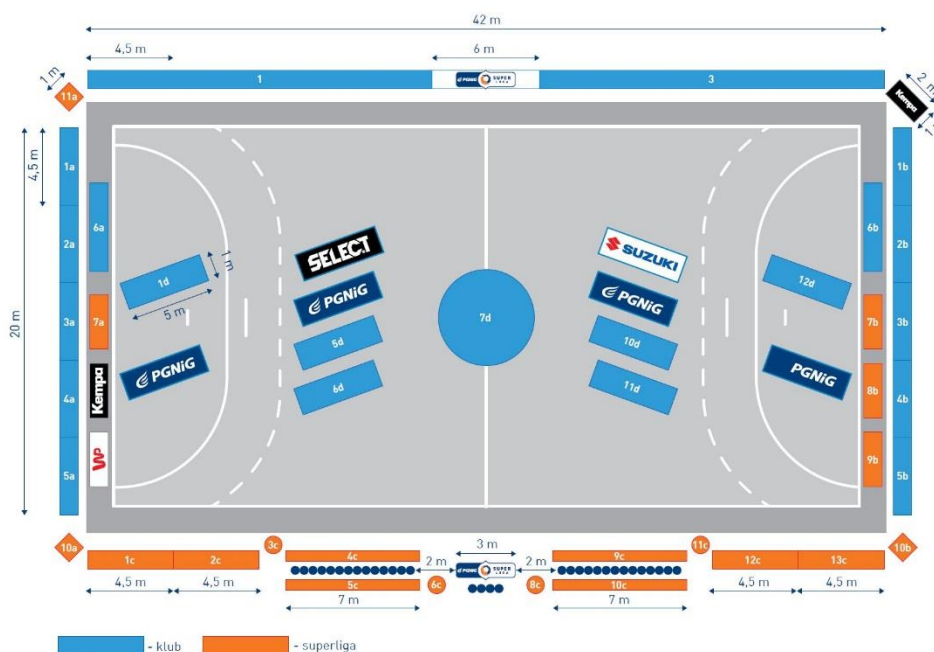
- 3.4.1 Bandy reklamowe powinny znajdować się w odległości co najmniej 1m od środka linii bramki i 1m od linii bocznej boiska,
- 3.4.2 Bandy reklamowe muszą być zabezpieczone oraz rozmieszczone w sposób nieistwarzający zagrożenia dla życia lub zdrowia osób znajdujących się na terenie hali oraz w sposób nie utrudniający ewakuacji,
- 3.4.3 Bandy reklamowe muszą być skonstruowane z materiału niezagrażającego zawodnikom,

- 3.4.4 Kluby są odpowiedzialne za prawidłowe ustawienie band reklamowych oraz ustawienie na środek bandy PGNiG Superligi. UWAGA! W przypadku, gdy klub ma po całym dłuższym boku, rozstawiane bandy zobowiązany jest do wyświetlenia statycznej planszy na bandach LED.
- 3.5 Zasady dotyczące systemu band LED
- 3.5.1 Stosowanie systemu band LED (pole: 1,3, Grafika 2) jest obowiązkowe podczas wszystkich spotkań w ramach Rozgrywek Superligi transmitowanych w telewizji,
- 3.5.2 Bandy Led oraz obsługę band na każdy mecz telewizyjny zapewnia firma wskazana przez Superligę,
- 3.5.3 Całkowity wymiar band LED to 40x1m, w zależności od specyfiki hali,
- 3.5.4 Specyfikacja do przygotowania materiałów na bandy LED to: 576x144 px,
- 3.5.5 Kluby są odpowiedzialne za udostępnienie hali według potrzeb wskazanych przez firmę rozkładającą bandy LED. W czasie rozkładania band na hali musi przebywać technik. Miejsce ustawienia band musi być przygotowane do ich rozkładania (musi być czyste i nie zastawione innymi przedmiotami),
- 3.5.6 Klub zobowiązany jest dostarczyć do firmy obsługującej, materiały na bandy LED na 2 dni robocze przed meczem,
- 3.5.7 Podział czasu reklamowego na bandach LED (podczas meczu telewizyjnego oraz podczas meczu nietelevizyjnego, jeśli klub używa band elektronicznych):
- a) Superliga – 26 minut ekspozycji reklamowej łącznie podczas meczów transmitowanych w telewizji oraz meczów nietelevizyjnych, na których klub używa band, do podziału między Partnerów i Sponsorów Superligi. Każdorazowo do klubu będzie dostarczany podział czasu na danym meczu,
 - b) Kluby – 34 minuty ekspozycji reklamowej łącznie podczas meczów telewizyjnych do podziału między Partnerów i Sponsorów Klubów,
- 3.5.8 Bandy Led umieszczone są naprzeciwko kamery prowadzącej.
- 3.6 Powierzchnia bramki meczowej (siatka bramki oraz konstrukcja bramki) przeznaczona jest wyłącznie dla Sponsorów i Partnerów Superligi:
- 3.6.1 Naklejki reklamowe na bramkę oraz siatkę z reklamą sponsora dostarcza Superliga,
- 3.6.2 Naklejki reklamowe na bramce muszą być eksponowane na każdym meczu.
- 3.7 Ogólne informacje dotyczące powyższej ekspozycji:
- 3.7.1 Schemat rozmieszczenia elementów reklamowych używanych przez Superligę oraz Kluby podczas meczów Superligi nietransmitowanych w telewizji został przedstawiony na Grafice 1,



Grafika 1 Rozmieszczenie materiałów reklamowych na meczu telewizyjnym

3.7.2 Schemat rozmieszczenia elementów reklamowych używanych przez Superligę oraz Kluby podczas meczów Superligi transmitowanych w telewizji został przedstawiony na Grafice 2,



Grafika 2 Rozmieszczenie materiałów reklamowych na meczu telewizyjnym

- 3.7.3 Naklejki reklamowe na parkiet, bandy statyczne oraz materiały na bandy LED partnerów Superligi dostarcza Superliga,
- 3.7.4 Naklejki reklamowe na parkiet muszą być eksponowane na każdym meczu telewizyjnym. Banda reklamowa 5 i 7c musi być eksponowana podczas każdego meczu (telewizyjny oraz nitelewizyjny), banda reklamowa 2 i 8 muszą być eksponowane podczas meczów, w których nie ma zamontowanych band LED,
- 3.7.5 Superliga zastrzega sobie prawo zmiany ułożenia naklejek na parkiecie oraz rozstawienia band swoich sponsorów w każdym momencie trwania sezonu. W razie nastąpienia takiej sytuacji klub zostanie poinformowany wiadomością e-mail.

4. Zasady dotyczące dozwolonych elementów drugiego planu

4.1 Multimedia wewnątrz i na zewnątrz hali:

- 4.1.1 Wyświetlenia klipu sponsorskiego na wszystkich ekranach LED wewnątrz hali i na zewnątrz hali pod warunkiem, że hala posiada możliwości techniczne,
- 4.1.2 Podział czasu na ekranach:
 - a) Superliga – 10 minut ekspozycji reklamowej łącznie podczas wszystkich meczów rozgrywanych na hali posiadającej ekrany. Każdorazowo do klubu będzie dostarczany podział czasu na danym meczu,
 - b) Klub – 50 minut ekspozycji reklamowej łącznie podczas wszystkich meczów rozgrywanych na hali posiadającej ekrany,
- 4.1.3 Dostarczenie materiałów na ekrany jest po stronie Superligi.

4.2 Konstrukcje boiskowe

- 4.2.1 Superliga Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo do eksponowania konstrukcji boiskowych w związku ze wszystkimi meczami Superligi,
- 4.2.2 Superliga Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo do zagospodarowania powierzchni reklamowej na konstrukcjach boiskowych według własnego uznania,
- 4.2.3 Konstrukcje boiskowe wykorzystywane podczas ceremonii wejścia na boisko:
 - a) Brama wejściowa – konstrukcja boiskowa o wymiarach dopasowanych do specyfiki hali, przez którą wychodzą zawodnicy na prezentację przedmeczową. Wzór bramy musi zostać zaakceptowany przez PGNiG Superligę,
 - b) Stojak na Oficjalną Piłkę Superligi – konstrukcja boiskowa o wymiarach 0.5m x 0.5 m x 1.5m, na której znajduje się czysta Oficjalna Piłka Superligi, ustawiona przy stoliku sędziowskim podczas meczu.

4.3 Zasady dotyczące ścianek sponsorskich

- 4.3.1 Kluby są zobowiązane do ustawienia, montażu i demontażu ścianek,
 - 4.3.2 Kluby mają obowiązek ustawić ścianki sponsorskie w taki sposób, aby wszystkie wywiady telewizyjne zostały bezwzględnie przeprowadzone na ich tle,
 - 4.3.3 Wszystkie ścianki oraz ewentualne naklejki reklamowe partnerów Superligi dostarcza Superliga,
 - 4.3.4 Wszystkie 3 ścianki muszą być eksponowane podczas każdego meczu,
 - 4.3.5 Superliga zastrzega sobie prawo zmiany ułożenia logotypów Sponsorów na ściankach w każdym momencie trwania sezonu. W razie wystąpienia takiej sytuacji klub zostanie poinformowany wiadomością e-mail.
- 4.4 Ścianka do wywiadów TV – ścianka sponsorska o wymiarach 2m x 1,4m przeznaczona do wywiadów w obrębie stanowisk „flash interview”, zgodnie ze wzorem przedstawionym na Grafice 3,



Grafika 3 Ścianka telewizyjna do wywiadów

- 4.4.1 Ścianka do wywiadów TV musi być wykonana z przezroczystego materiału i nie może zawierać tła,
- 4.4.2 Kluby mają obowiązek ustawić Ściankę do wywiadów w TV na hali w miejscu pozwalającym na swobodne przeprowadzenie wywiadów telewizyjnych,
- 4.4.3 Zagospodarowanie powierzchni ścianki do wywiadów TV:

Pola reklamowe do wykorzystania przez Superligę:

- a) Prawo do zamieszczenia dwóch logotypów PGNiG Superligi z claimem „Silni Razem” w układzie poziomym o szerokości 82cm w górnej części ścianki konferencyjnej oraz 12 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logotyp Sponsora Tytularnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 3,
- b) Prawo do zamieszczenia 8 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logotyp Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 3,
- c) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy Partnerów Superligi w obszarach określonych na Grafice 3.

Pola reklamowe do wykorzystania przez Kluby:

- a) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 3,
 - b) Prawo do zamieszczenia 16 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 3,
 - c) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 3.
- 4.5 Ścianka konferencyjna – ścianka sponsorska o wymiarach 3m x 1,4m przeznaczona do wywiadów w miejscu wyznaczonym do konferencji prasowej, zgodna ze wzorem przedstawionym na Grafice 4,



Grafika 4 Ścianka konferencyjna /mixed zone

4.5.1 Zagospodarowanie powierzchni ścianki konferencyjnej:

Pola reklamowe do wykorzystania przez Superligę:

- Prawo do zamieszczenia trzech logotypów PGNiG Superligi z claimem „Silni Razem” w układzie poziomym o szerokości 82cm w górnej części ścianki konferencyjnej oraz 18 pól sponsorskich o wymiarach 19cm x 10cm przedstawiających logotyp Sponsora Tytularnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 4,
- Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logotyp Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 4,
- Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy Partnerów Superligi w obszarach określonych na Grafice 4.

Pola reklamowe do wykorzystania przez Kluby:

- Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 4,
- Prawo do zamieszczenia 24 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 4,
- Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 4.

4.6 Ścianka konferencyjna w strefie mieszanej - ścianka sponsorska o wymiarach 3m x 1,4m przeznaczona do wywiadów w strefie tunelu i korytarza, zgodna ze wzorem przedstawionym na Grafice 4.

4.6.1 Zagospodarowanie powierzchni ścianki konferencyjnej:

Pola reklamowe do wykorzystania przez Superligę:

- a) Prawo do zamieszczenia trzech logotypów PGNiG Superligi z claimem „Silni Razem” w układzie poziomym o szerokości 82cm w górnej części ścianki konferencyjnej oraz 18 pól sponsorskich o wymiarach 19cm x 10cm przedstawiających logotyp Sponsora Tytułarnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 4,
- b) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logotyp Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 4,
- c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy Partnerów Superligi w obszarach określonych na Grafice 4.

Pola reklamowe do wykorzystania przez Kluby:

- a) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 4,
- b) Prawo do zamieszczenia 24 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 4,
- c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 4.

5. Oficjalna piłka

5.1 Każdy Klub biorący udział w Rozgrywkach PGNiG Superligi zobowiązany jest do rozgrywania wszystkich spotkań oraz oficjalnych treningów piłkami Oficjalnego Partnera Superligi. Superliga w ramach współpracy z Oficjalnym Partnerem dostarczy Klubom piłki oraz stojaki na piłki,

5.2 Superliga zastrzega sobie prawo do umieszczania logotypu Rozgrywek na Oficjalnej Piłce Superligi i na stojakach do piłki meczowej.

6. Prawa przyznane Superlidze Sp. z o.o.

6.1 Nazwy i logo

6.1.1 Superliga posiada wyłączne prawo do:

- a) Stosowania nazwy Rozgrywek z nazwą Sponsora Tytułarnego we wszystkich odmianach gramatycznych,

- b) Zarządzania logo Rozgrywek wykorzystującym Logo Sponsora lub wskazanego przez Sponsora produktu, oferty i prawo do wykorzystywania Logo w celach marketingowych i wizerunkowych,
- c) Zarządzania wspólnym logo Rozgrywek z herbami Klubów i prawo do jego wykorzystywania do celów marketingowych i wizerunkowych,
- d) Zarządzania wspólnym logo Rozgrywek z claimem promującym rozgrywki i prawo do wykorzystywania logo w celach marketingowych i wizualnych,
- e) Nazewnictwa i oznaczenia etapów Rozgrywek, grup zespołów i innych elementów Rozgrywek w odniesieniu do barw, logo, branży i wizerunku Sponsora.

6.2 Zasady dotyczące oprawy meczowej

6.2.1 Superliga zastrzega sobie prawo do:

- a) opracowania scenariusza ceremonii wejścia na boisko zawodników podczas meczów Superligi według własnego uznania. Kluby zobowiązane są do zorganizowania i dbania o prawidłowy przebieg ceremonii wejścia na boisko zawodników podczas meczów Superligi zgodnie ze scenariuszem opracowanym przez Superligę. Scenariusz ceremonii stanowi załącznik – Ceremonia rozpoczęcia meczu,
- b) Na każdym meczu musi być zapewniona profesjonalna oprawa meczowa, czyli zatrudnienie do prowadzenia zawodów wykwalifikowanego spikera oraz Dj-a,
- c) Podczas każdego meczu transmitowanego przez oficjalnego partnera medialnego musi zostać przeprowadzone pierwsze podanie. Podanie nie może zostać przeprowadzone przez osobę jakkolwiek związaną politycznie. Musi to być osoba związana z piłką ręczną lub będąca znaną osobowością w innej dziedzinie. Wskazanie osoby musi nastąpić 2 dni przed meczem z zastrzeżeniem, że Superliga oraz NC+ muszą zaakceptować propozycję Klubu,
- d) Stosowania przez spikera wyłącznie oficjalnej nazwy Rozgrywek w komunikatach,
- e) Wskazań sponsorskich audio na halach podczas każdego meczu Rozgrywek Superligi według wytycznych:
 - Sponsor Tytułarny - PGNiG – 4 razy w ciągu meczu (2x przed meczem i 2x w przerwie meczu),
 - Partner Superligi – Suzuki – 2 razy w ciągu meczu (1x przed meczem i 1x w przerwie meczu),
 - Partner Superligi – Select – 2 razy w ciągu meczu (1x przed meczem i 1x w przerwie meczu),
 - Partner Superligi – Kempa – 2 razy w ciągu meczu (1x przed meczem i 1x w przerwie meczu),
 - Patrona Medialnego – Wp.pl – 2 razy w ciągu meczu (1x przed meczem i 1x w przerwie meczu).

- f) Umieszczania Logo Rozgrywek na tablicy wyników (w halach, gdzie istnieje techniczna możliwość wyświetlania Logo Rozgrywek lub montaż w przypadku technicznego braku możliwości),
- g) Desygnowania przedstawiciela Sponsora Tytularnego lub wskazanej przez Sponsora Tytularnego osoby do uroczystego pierwszego podania na start meczu maksymalnie 10 razy w sezonie,
- h) Desygnowania przedstawiciela Sponsora lub innej osoby wskazanej przez Sponsora do wręczenia Trofeum Superligi,
- i) Zorganizowania plebiscytu „najlepszy zawodnik meczu/kolejki/miesiąca” oraz wręczenia nagrody przez wydelegowaną osobę Sponsora,
- j) Przeprowadzenia konkursów z udziałem publiczności przed meczem i w przerwie meczu, jeśli taki konkurs nie zostanie zorganizowany przez Superligę, organizacja konkursu automatycznie przenosi się na klub,
- k) Wykorzystania maskotki Sponsora Tytularnego jako maskotki Klubów tylko w przypadku, kiedy Klub nie posiada Klubowej maskotki. W tej sytuacji koszt prania kostiumu i pracy animatora ponosi Klub,
- l) Zagospodarowania przestrzeni reklamowej na strojach moppersów.

6.3 Prawo do biletów dla Sponsorów oraz Partnerów Superligi

6.3.1 Każdy Klub uczestniczący w Rozgrywkach PGNiG Superligi zobowiązuje się do przekazania na rzecz Superligi oraz jej Sponsorów i Partnerów łącznie:

- a) do 20 biletów VIP na każdy mecz w ramach Rozgrywek PGNiG Superligi w przypadku zgłoszenia takiej potrzeby przez Superligę do 2 dni przed rozpoczęciem meczu,
- b) do 100 biletów zwykłych na każdy mecz w ramach Rozgrywek PGNiG Superligi w przypadku zgłoszenia takiej potrzeby przez Superligę do 2 dni przed rozpoczęciem meczu,
- c) Puli do 4 biletów na mecze Klubów Superligi w rozgrywkach kontynentalnych i oficjalnych meczach międzynarodowych, w miarę dostępnych zasobów.

6.4 Prawo do wizerunku zawodników

6.4.1 Superliga zastrzega sobie prawo do:

- a) Wykorzystania wizerunku, co najmniej 4 zawodników z każdego Klubu do celów marketingowych,
- b) Otrzymania pakietu: koszulka i spodenki z autografami na koszulce wszystkich zawodników z każdego Klubu – po 2 komplety z każdego Klubu, przesłana do końca września 2018r.,
- c) Otrzymania pakietu gadżetów z każdego Klubu – po 10 pakietów z każdego Klubu, przesłanie do końca września 2018r.,
- d) Wykorzystywania herbów klubów Superligi w każdym możliwym formacie do celów marketingowych, wizerunkowych i komunikacyjnych.

6.5 Poligrafia i materiały drukowane

- 6.5.1 Klub ma obowiązek produkować materiały poligraficzne w postaci:
- a) na każdy mecz – plakat, materiały prasowe, informator dla publiczności, bilet,
 - b) przed każdym sezonem – papier firmowy, karnet, identyfikator, zaproszenie, akredytacje,
 - c) Reszta według zapotrzebowania i uznania klubu – m.in. ulotka, karta parkingowa, kalendarz.
- 6.5.2 Na wszystkich materiałach poligraficznych klubu musi znaleźć się logo rozgrywek oraz logo sponsora tytularnego rozgrywek. Logo rozgrywek musi zostać umieszczone w górnej, centralnej części w widocznym miejscu. Logo sponsora tytularnego musi znaleźć się jako pierwsze w pasku sponsorskim,
- 6.5.3 Wszystkie materiały poligraficzne powinny zostać przesłane do akceptacji Superligi która ma 7 dni roboczych na zaakceptowanie lub przekazanie uwag. Dopuszczane są odstępstwa od powyższych zapisów jednak wymagają one każdorazowej akceptacji Superligi,
- 6.5.4 Materiały przed każdym meczem:
- a) Plakat meczowy – minimalny format A3 (30x42cm), preferowany B2 (50x70cm), produkowany na każdy mecz ze wszystkimi najważniejszymi informacjami na temat meczu,
 - b) Materiały prasowe – format A4 ze wszystkim informacjami na temat drużyny gospodarza, drużyny gości, tabeli rozgrywek i innych potrzebnych informacji dla dziennikarzy,
 - c) Informator dla publiczności – format dowolny, muszą się w nim znaleźć podstawowe dane na temat zawodników drużyny gospodarzy, drużyny gości, aktualna tabela rozgrywek oraz dodatkowe materiały według uznania klubu,
 - d) Bilet – format dowolny, informacja na temat pary meczowej, daty, godziny, miejsca rozgrywania meczu.
- 6.5.5 Materiały przed sezonem:
- a) Papier firmowy – ten materiał zwolniony jest z umieszczenia logo sponsora tytularnego, obowiązkiem jest umieszczenie logo rozgrywek,
 - b) Karnet, identyfikator, zaproszenie, akredytacje – format oraz informację według zapotrzebowania klubu. Należy pamiętać o użyciu logo rozgrywek oraz logo sponsora tytularnego.

7. Media i transmisje TV

7.1 Superliga zastrzega sobie prawo do:

- a) Umieszczania Logo i nazwy Rozgrywek na stronie internetowej Rozgrywek i faviconie oficjalnej strony Rozgrywek,
- b) Umieszczania Logo i nazwy Rozgrywek na stronie internetowej każdego Klubu,

- c) Umieszczania Logo i nazwy Sponsora Tytularnego w pasku sponsorskim na stronie internetowej każdego Klubu,
- d) Umieszczania Logo i nazwy Rozgrywek w kanałach social media Klubów.

8. Działania PR i marketingowe podczas meczów Superligi

8.1. Superliga zastrzega sobie prawo do:

- a) Zorganizowania jeden raz na obiekcie każdego klubu imprezy promocyjnej przed meczem ligowym bądź przy innej okazji zaproponowanej przez Sponsora,
- b) Produkcji stref kibica na każdym meczu podczas meczów Superligi,
- c) Aktywności marketingowych na każdym meczu Superligi poprzez: sampling, punkt informacyjny, stoiska,
- d) Organizacji pokazów multimedialnych, meczów dziecięcych, komunikatów reklamowych przed rozpoczęciem każdego meczu Superligi.

8.2 Jeśli Superliga nie wykonuje powyższych aktywności mogą one zostać prowadzone przez kluby.

9. Inne aktywności klubu

- 9.1 Umieszczenie logo Superligi oraz Sponsora Tytularnego ligi w reklamach prasowych, jeśli klub takie reklamy produkuje,
- 9.2 Przesłanie po każdym meczu (telewizyjnym i nie telewizyjnym) zdjęć według listy wskazanej przez Superligę. Zdjęcia muszą zostać przesłane 3 dni po każdym meczu,
- 9.3 Obowiązkiem klubu jest w pierwszej kolejności sprzedaż biletów dla kibiców na miejsca znajdujące się naprzeciwko kamery prowadzącej,
- 9.4 Dwa tygodnie przed pierwszym meczem ligowym, należy przesłać nazwy wszystkich sponsorów, partnerów oraz patronów medialnych klubu,
- 9.5 Prezentacja meczowa zawodników musi odbywać się w jednakowych strojach – albo koszulki meczowe albo koszulki rozgrzewkowe z logo PGNiG Superligi.

10. Postanowienia końcowe

- 10.1. Każde użycie logotypu Superligi wymaga uprzedniej akceptacji Superligi Sp. z o.o. oraz Sponsora Tytularnego. Superliga Sp. z o.o. wydaje zgodę lub odmawia użycia logotypu Superligi na podstawie przesłanej przez Klub ubiegający się o użycie logotypu Superligi do siedziby Superligi prezentacji sposobu użycia logotypu Superligi,
- 10.2. Brak wykonania lub nienależyte wykonanie przez Kluby obowiązków lub świadczeń sponsorskich lub reklamowych określonych w Regulaminie stanowi przewinienie dyscyplinarne i powoduje możliwość nałożenia kary finansowej przez Komisarza Ligi,

- 10.3. Powierzchnie przeznaczone do dyspozycji Superligi mogą zostać użytkowane przez klub do czasu pojawienia się sponsora lub partnera Superligi. Informacja w sprawie chęci użytkowania przestrzeni przez klub musi zostać przekazana do Superligi w formie informacji e-mail na 5 dni przed meczem lub sezonem. Superliga zastrzega sobie prawo do odmowy przekazania powierzchni klubowi. Superliga w każdej chwili może poinformować klub, że musi on zwrócić przekazaną powierzchnię,
- 10.4. W przypadku, gdy klub potrzebuje dodatkowej powierzchni nie przewidzianej w manualu, musi się zgłosić do Superligi o wyrażenie zgody na uzyskanie takiej powierzchni. Informacja w sprawie powierzchni musi zostać przekazana do Superligi w formie informacji e-mail na 5 dni przed meczem lub sezonem. Superliga zastrzega sobie prawo do odmowy przekazania powierzchni klubowi. Superliga w każdej chwili może poinformować klub, że musi on zwrócić przekazaną powierzchnię,
- 10.5. W razie pojawienia się nowych Sponsorów i Partnerów Superligi, Superliga będzie informować w formie wiadomości e-mail o wszystkich wymogach związanych z ekspozycją sponsora/ partnera przez kluby,
- 10.6. Jeśli klub zmienia logo musi sam na własny koszt wyprodukować wszystkie materiały obligatoryjne na dany sezon,
- 10.7. Wszystkie sprawy nieokreślone w Regulaminie będą rozstrzygane każdorazowo przez Superligę Sp. z o.o,
- 10.8. Prawo interpretacji postanowień niniejszego Regulaminu przysługuje wyłącznie Zarządowi Superligi Sp. z o.o.

Regulamin strojów meczowych rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019

I. Podstawowe zasady

1. Zakres zastosowania regulaminu

- 1.1 Przepisy Regulaminu strojów meczowych rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019 (dalej: Regulamin) obowiązują wszystkie kluby, uczestniczące w rozgrywkach PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019,
- 1.2 Regulamin stosuje się do wszystkich meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2018/2019,
- 1.3 Przepisy Regulaminu określają wymogi dotyczące wyglądu koszulek, spodenek, dresów bramkarskich oraz koszulek/bluz rozgrzewkowych, używanych przez drużyny klubów podczas meczów rozgrywek PGNiG Superliga w sezonie 2018/2019,
- 1.4 Integralną częścią Regulaminu jest załącznik „Manual strojów”. Dokument ten określa podstawowe zasady wykorzystania elementów graficznych przy zachowaniu jednolitego systemu identyfikacji wizualnej.

2. Procedura zatwierdzająca stroje meczowe

- 2.1 Stroje meczowe wykorzystywane w rozgrywkach PGNiG Superliga wymagają każdorazowego zatwierdzenia przez Superligę Sp. z o.o. oraz Sponsora Tytularnego rozgrywek. O fakcie zatwierdzenia strojów meczowych kluby będą informowane w formie pisemnej,
- 2.2 Kluby zobowiązane są do przekazania do akceptacji Superligi graficznego projektu kompletu:
 - a) Strój pierwszego wyboru (koszulka, spodenki), w tym strój bramkarski,
 - b) Strój drugiego wyboru (koszulka, spodenki), w tym strój bramkarski,
 - c) Bluza/ koszulka rozgrzewkowa, w której zawodnicy odbywają rozgrzewkę meczową,
- 2.3 Wszystkie pliki powinny zostać wysłane przynajmniej na 14 dni roboczych przed planowaną produkcją strojów, PGNiG Superliga oraz Sponsor Tytularny mają 7 dni roboczych na akceptację lub przekazanie uwag,
- 2.4 Decyzja o akceptacji lub braku akceptacji strojów meczowych, będzie podejmowana przez Superligę i Sponsora Tytularnego rozgrywek na podstawie zasad określonych w Regulaminie,
- 2.5 Akceptacja strojów meczowych przez Superligę jest ostateczna.

II. Kolorystyka strojów meczowych, numery i nazwiska zawodników

3. Kolory strojów meczowych

- 3.1 Każdy klub zobowiązany jest do posiadania strojów meczowych, w co najmniej dwóch różnych zestawach kolorystycznych (stroje podstawowe i stroje rezerwowe). Zestawienie kolorystyczne strojów meczowych podstawowych i strojów meczowych rezerwowych powinny kontrastować ze sobą (według zasady gospodarz rozgrywa mecz w strojach w jasnych kolorach, gość w strojach w ciemnych kolorach),
- 3.2 Drużyna gospodarzy powinna, co do zasady występować w strojach meczowych podstawowych, zaakceptowanych przez Superligę. W przypadku, kiedy sędzia danego meczu zdecyduje, że kolory strojów drużyn uczestniczących w meczu są zbyt podobne, drużyna gości jest zobowiązana dokonać zamiany strojów meczowych na stroje meczowe rezerwowe.

4. Numery zawodników

- 4.1 W rozgrywkach PGNiG Superligi stosuje się wyłącznie numery zawodników z przedziału od 1 do 99,
- 4.2 Numery na strojach meczowych powinny być jednobarwne i zapisane czcionką **Raleway ExtraBold**,
- 4.3 Numery na strojach zawodników powinny być możliwie dobrze widoczne. W związku z tym numery powinny być wykonane w kolorystyce kontrastującej z kolorem danego elementu stroju meczowego,
- 4.4 Numery muszą być wolne od znaków reklam sponsora oraz znaków producenta,
- 4.5 Numer zawodnika o wysokości 85 mm powinien zostać umieszczony na przodzie koszulki meczowej w górnej części pod logo Sponsora Tytularnego. Szerokość numeru zawodnika nie powinna przekraczać 126 mm w układzie dwucyfrowym,
- 4.6 Numer zawodnika o wysokości 180 mm powinien zostać umieszczony na plecach koszulki meczowej w środkowej części. Szerokość numeru zawodnika nie powinna przekraczać 290 mm w układzie dwucyfrowym,
- 4.7 W dolnej części numeru zawodnika znajdującego się na plecach koszulki meczowej, w każdej cyfrze numeru, powinien zostać umieszczony symbol PGNiG Superligi o średnicy 20 mm.

5. Nazwiska zawodników

- 5.1 Kluby zobowiązane są do umieszczania nazwisk zawodników na tyle koszulki. Dopuszczalne są dwie opcje umieszczenia nazwiska albo w górnej części pleców koszulek meczowych (nad numerem zawodnika) albo w dolnej części pleców koszulki meczowej (pod numerem zawodnika),
- 5.2 Nazwiska zawodników na strojach meczowych powinny być jednobarwne i zapisane literami drukowanymi czcionką **Raleway ExtraBold**. Dopuszczalna jest wysokość liter z przedziału od 25 do 35 mm,

5.3 Nazwiska zawodników na strojach meczowych powinny być wykonane w kolorystyce tożsamej z kolorystyką numerów. Nazwiska zawodników na koszulkach meczowych nie zawierają jakichkolwiek innych oznaczeń.

III. Symbole identyfikacji

6. Symbole identyfikacji klubowej

6.1 Klub może używać niżej wymienionych elementów identyfikacji na strojach meczowych:

6.1.1 Herb klubu lub Emblemat klubu:

- a) Herb lub emblemat klubu umieszczony na przodzie koszulki meczowej w lewej części. Herb klubu lub emblemat klubu nie powinien przekraczać 70 mm szerokości i 80 mm wysokości,
- b) Nie stosuje się ograniczeń, co do kształtu herbu klubu lub emblematu klubu.

6.1.2 Gwiazdki symbolizujące liczbę wywalczonych tytułów mistrzowskich

- a) Gwiazdki symbolizujące liczbę wywalczonych przez Klub tytułów mistrzowskich mogą pojawić się tylko w jednym miejscu na przedniej części koszulki nad herbem klubu lub Emblematem klubu,
- b) Rozmiar i usytuowanie gwiazdek jest dopuszczalne w następujący sposób: maksymalna wysokość gwiazdki to 20 mm na przedniej części koszulki,
- c) Dopuszczalne jest stosowanie następujących gwiazdek:
 - złota – symbolizująca wywalczenie 10 lub więcej tytułów Mistrza Polski;
 - srebrna – symbolizująca wywalczenie od 5 do 9 tytułów Mistrza Polski;
 - biała – symbolizująca wywalczenie od 1 do 4 tytułów Mistrza Polski.

6.1.3 Herb miasta:

- a) Herb miasta umieszczony na przodzie koszulki meczowej w prawej części. Herb miasta nie powinien przekraczać 120 mm wysokości i 80 mm szerokości,
- b) Nie stosuje się ograniczeń, co do kształtu herbu miasta.

6.2 Symbole identyfikacji klubowej nie mogą zawierać innych znaków w tym znaków producenta, reklam sponsora i innych elementów.

7. Symbole identyfikacji Rozgrywek PGNiG Superligi, Sponsora Tytularnego oraz symbole państwowe

7.1 Logo Sponsora Tytularnego powinno zostać umieszczone na przodzie koszulki meczowej w środkowej części (na mostku). Logo sponsora powinno mieć 120 mm szerokości, a jego wysokość powinna wynikać z proporcji znaku sponsora, dostarczonego przez Superligę,

7.2 Logotyp obchodów 100 lecia piłki ręcznej powinien zostać umieszczony na prawym rękawku koszulki meczowej. Logotyp ma wielkość 110 mm x 100 mm,

7.3 Symbol NC+ powinien zostać umieszczony na prawym rękawku koszulki meczowej pod logo obchodów 100 lecia piłki ręcznej, wymiary 100mmx 40mm,

- 7.4 Symbol flagi państwowej powinien zostać umieszczony na lewym rękawku koszulki meczowej.
Wymiar flagi państwowej 100mmx50mm,
- 7.5 Przestrzeń nad flagą państwową na lewym rękawku o wymiarach 110mmx100mm pozostaje do dyspozycji PGNiG Superligi,
- 7.6 Symbol identyfikacji Rozgrywek PGNiG Superligi, Sponsora Tytularnego oraz symbole państwowe nie mogą zawierać innych znaków w tym znaków producenta, reklam sponsora i innych elementów.

IV. Reklamy sponsora klubu

8. Ograniczenia reklamowe

- 8.1 Dozwolone jest umieszczanie na strojach meczowych oznaczeń reklamowych z wyłączeniem treści zakazanych przez prawo powszechnie oraz wszelkich treści politycznych, religijnych, treści dyskryminujących jakiegokolwiek osoby lub grupy oraz wszelkich innych, uznawanych za powszechnie obraźliwe,
- 8.2 Logo producenta strojów powinno znaleźć się na przodzie koszulki meczowej,
- 8.3 Nie jest dozwolone umieszczanie treści reklamowych na rękawkach koszulek meczowych,
- 8.4 Treści reklamowe i inne oznaczenia na strojach meczowych powinny być umieszczane każdorazowo z zachowaniem odległości nie mniejszej niż 10 mm pomiędzy nimi,
- 8.5 Sposób umieszczenia wszelkich treści reklamowych na strojach meczowych wymaga zatwierdzenia przez Superligę w ramach procedury akceptacji strojów meczowych.
- 8.6 Ułożenie przestrzeni reklamowych jest określone w załączniku „Manual strojów”,
- 8.7 Dokładne rozmieszczenie powierzchni reklamowych prezentuje załącznik „Manual strojów”.

V. Stroje rozgrzewkowe

9. Bluzy/koszulki rozgrzewkowe

- 9.1 Oznakowaniem logo PGNiG Superligi podlega górna odzież rozgrzewkowa (bluzy/koszulki rozgrzewkowe)
- 9.2 Logotyp PGNiG Superligi powinien zostać umieszczony na prawym rękawku bluzy/koszulki.
Logotyp ma wielkość 100 mm x 140 mm,