PGNiG

SUPER LIGA

REGULAMIN MARKETINGOWY

dla klubów PGNiG Superligi
na sezon 2022/2023

Wstęp

Poniższy Regulamin opisuje wszystkie sytuacje związane z powierzchnią reklamową obowiązującą w sezonie 2022/2023 w PGNiG Superlidze. Ma na celu zaznajomienie i usystematyzowanie wiedzy wszystkich osób zajmujących się stroną marketingową w Klubach PGNiG Superligi. Rozwiązania nieprzewidziane w manualu podlegają indywidualnym ustaleniom. Wszystkie rysunki są materiałami poglądowymi 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 2022/2023 (dalej: Regulamin) obowiązują wszystkie Kluby uczestniczące w Rozgrywkach PGNiG Superligi w sezonie 2022/2023;

1.2 Regulamin stosuje się do wszystkich meczów rozgrywanych w ramach Rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2022/2023;

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 2022/2023 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 chyba, że dany podmiot wyrazi 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 i wizerunek PGNiG Superligi oraz wizerunek Sponsora Tytularnego Rozgrywek;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

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 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.

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 4,5x1m (pole: 2,7, Grafika 1); ekspozycja band z logo sponsora tytularnego PGNiG jeśli mecz nie jest meczem telewizyjnym;

b) Jedna banda reklamowa znajdująca się wzdłuż dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 4,5x1m: jedno pole z pozycji 1, 3-6 lub 8 według ustaleń z klubem, Grafika 1; ekspozycja band z logo partnera SUZUKI jeśli mecz nie jest meczem telewizyjnym;

c) Banda reklamowa znajdująca się w centralnej części dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 6x1m (pole: 5 - Grafika 1 i pole 2 – Grafika 2); ekspozycja bandy z logo PGNiG Superligi obowiązkowa na każdym meczu;

d) Cztery bandy reklamowe znajdujące się wzdłuż dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 4,5x1m (pole: 1c, 2c, 12c, 13c, Grafika 1 i 2) jeśli mecz nie jest meczem telewizyjnym;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

e) Cztery naklejki, po dwie na stronę przy linii końcowej boiska o wymiarach 3x1m (pole: 8a, 9a, 8b, 9b, Grafika 2); powierzchnie wolne;

f) Dwie Naklejki, po jednej na stronę w bramkach o wymiarach 3x1m (pole: 7a, 7b, Grafika 2); powierzchnie wolne;

g) Dwa stojaki na Oficjalny Napój przy dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 0,5m x 1,5m (pole: 3c, 11c, Grafika 1 i 2);

h) Dwa stojaki na Oficjalną Piłkę przy dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 0,5m x 1,5m (pole: 6c, 8c, Grafika 1 i 2);

i) 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 obowiązkowa na każdym meczu;

j) Dwa mini stojaki na Oficjalną Piłkę na stoliku sędziowskim;

k) Cztery kasetony, po jednym w każdym narożniku poza boiskiem o wymiarach 1m x 1m obowiązkowe na każdym meczu (pole: 10a, 11a, 10b, 11b, Grafika 1 i 2):

- 10a,10b, 11a, 11b – wolne.

k) Ekspozycja reklamowa na ławkach rezerwowych (pole: 4c, 5c, 9c, 10c, Grafika 1 i 2).

3.1.2 Pozostające do dyspozycji Klubów:

a) Pięć z sześciu band reklamowych znajdujących się wzdłuż dłuższej linii bocznej boiska o wymiarach 4,5 m x 1m (pole: 1, 3, 4, 5, 6, 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) jeśli mecz nie jest meczem telewizyjnym;

c) Całość powierzchni reklamowej wzdłuż krótszej linii boiska na meczu telewizyjnym składający się z band LED i band reklamowych o wymiarach 4mx1m (pole: 1a, 2a, 3a, 4a, 5a, 1b, 2b, 3b, 4b, 5b, Grafika 2);

d) Dwie naklejki, po jednej na stronę, przy krótszej linii boiska o wymiarach 5m x 1m (pole: 6a, 6b, Grafika 2).

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

e) Jedna naklejka na ekspozycję nazwy miasta Klubu grającego w charakterze gospodarza, nad kołem środkowym, czcionka Raleway pogrubiona, wysokość liter 1m, (wg. wzoru: **MIASTO**), kolor liter biały (CMYK 0,0,0,0; RGB: 255), tło przezroczyste lub niebieskie, zbliżone do koloru parkietu. W przypadku kilkunastoliterowej nazwy miejscowości, wysokość liter powinna zostać zmniejszona by łączna długość nazwy miasta nie była dłuższa niż 5m (pole: 14d, Grafika 1 i 2). Klub zobowiązany jest projekt naklejki zatwierdzić w Superlidze.

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 – wolne;
- 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 4m (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 Superligą.

3.4 Zasady dotyczące band reklamowych:

3.4.1 Bandy reklamowe wzdłuż dłuższej linii boiska powinny znajdować się w odległości 1m od linii końcowej;

3.4.2 Bandy reklamowe wzdłuż krótszej linii boiska powinny znajdować się w odległości ok. 1,6 m od linii końcowej, tak by banda reklamowa w polu 3a i 3b była ustawiona bezpośrednio z bramką, w równej linii z bandami 1a-2a, 4a-5a oraz 1b-2b i 4b-5b;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

3.4.3 Bandy reklamowe muszą być zabezpieczone oraz rozmieszczone w sposób niestwarzający zagrożenia dla życia lub zdrowia osób znajdujących się na terenie hali oraz w sposób nie utrudniający ewakuacji;

3.4.4 Bandy reklamowe muszą być skonstruowane z materiału niezagrażającego zawodnikom;

3.4.5 Kluby są odpowiedzialne za prawidłowe ustawienie band reklamowych oraz ustawienie na środek bandy PGNiG Superligi;

3.5 Zasady dotyczące 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 Klub;

3.5.3 System band LED obowiązkowych do stosowania na meczach telewizyjnych:

a) Wzdłuż dłuższej linii boiska 34 m, po 17m z prawej i lewej strony bezpośrednio od bandy centralnej PGNiG Superligi, wysokość band 1m (rekomendowana jakość band to minimum P8 SMD);

b) Wzdłuż krótszej długości boiska, tj. za bramkami (pole: 1a-3a i 1b-3b, Grafika 2 i 3). Długość tych band min. 24m, po 12m z każdej strony boiska. Rekomendowana długość band za bramkami wynosi 40m, po 20m z każdej strony boiska. Wysokość band 1m.

3.5.4 Klub zobowiązany jest poinformować i uzyskać akceptację Superligi dot. dokładnej specyfikacji planowanych wykorzystywania w danym Sezonie Rozgrywkowym band LED w terminie nie później niż 14 dni przed rozpoczęciem pierwszego meczu w Sezonie Rozgrywkowym. W przypadku zmiany dostawcy band LED, Klub zobowiązany jest przesłać dokładną specyfikację nowych band i uzyskać od Superligi akceptację na ich wykorzystanie nie później niż na 14 dni przed pierwszym meczem na którym zostanie wykorzystany nowy system band LED;

3.5.5 Podział czasu reklamowego na bandach LED wzdłuż dłuższej linii boiska (podczas meczu telewizyjnego oraz podczas meczu nietelewizyjnego, jeśli Klub używa band elektronicznych):

a) Superliga – 26 minut ekspozycji reklamowej łącznie do podziału między Partnerów i Sponsorów Superligi;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

b) Kluby – pozostały czas, tj. min. 34 minuty ekspozycji reklamowej łącznie do podziału między Partnerów i Sponsorów Klubów oraz reklam Klubu.

3.5.6 Czas reklamowy na bandach LED wzdłuż krótszej linii boiska w całości pozostaje do dyspozycji Klubu. Dozwolone jest wyświetlanie tych samych reklam na bandach LED wzdłuż krótszej linii boiska, co na bandach wzdłuż dłuższej linii boiska;

3.5.7 Dozwolony jest następujący sposób wykorzystania band LED wzdłuż krótszej linii boiska:

a) Poprzez wyświetlanie sześciu reklam statycznych (pole: 1a-3a i 1b-3b, Grafika 2);

b) Poprzez wyświetlania reklamy dynamicznej na całej długości band video (pole: 1a-3a i 1b-3b, Grafika 3);

3.5.8 Bandy LED wzdłuż dłuższej linii boiska umieszczone są naprzeciwko kamery prowadzącej.

3.6 Zasady dotyczące parkietu:

3.6.1 Każdy z Klubów ma obowiązek zapewnić nawierzchnię typu Taraflex zgodnej z przepisami do gry w piłkę ręczną, o wymiarach 43 m x 23 m - boisko główne 40 m x 20 m plus 1,5 m strefa bezpieczeństwa z każdej strony, specyfika wykładziny Gerfloor Taraflex w kolorze niebieskim 6445 Lagoon, na każdy mecz transmitowany za pośrednictwem Głównego Nadawcy;

3.6.2 Każdy z Klubów ma obowiązek zapewnić ekspozycję naklejek Sponsorów i Partnerów Superligi na każdy mecz transmitowany za pośrednictwem telewizji;

3.7 Ogólne informację dotyczące powyższej ekspozycji:

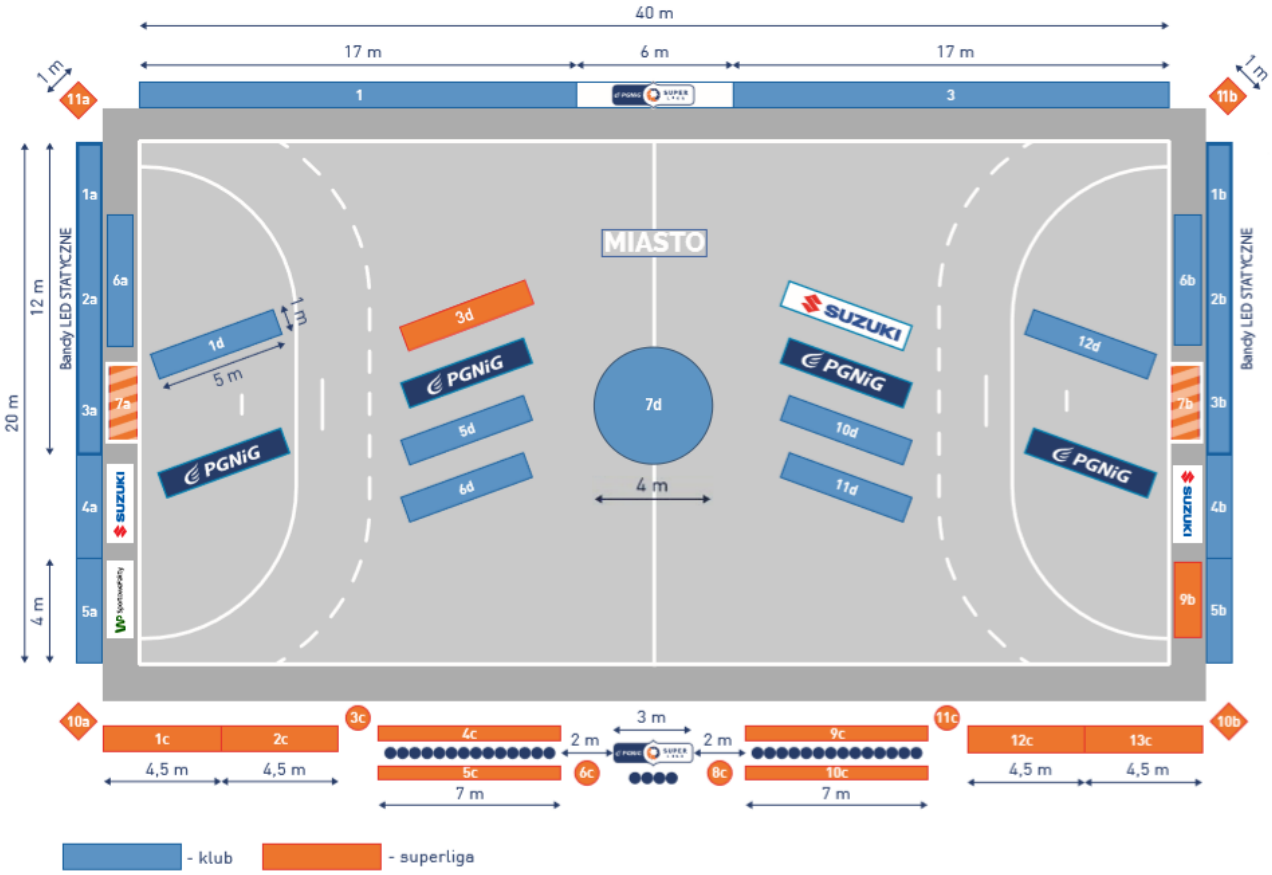
3.7.1 Schemat rozmieszczenia elementów reklamowych używanych przez Superligę oraz Kluby podczas meczów Superligi nietransmitowanych w telewizji został przedstawiony na Grafice 1;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

Grafika 1 Rozmieszczenie materiałów reklamowych na meczu nietelewizyjnym

3.7.2 Schemat rozmieszczenia elementów reklamowych używanych przez Superligę oraz Kluby podczas meczów Superligi transmitowanych w telewizji z wykorzystaniem band LED za krótszą linią boiska, z ekspozycją sześciu reklam statycznych został przedstawiony na Grafice 2;

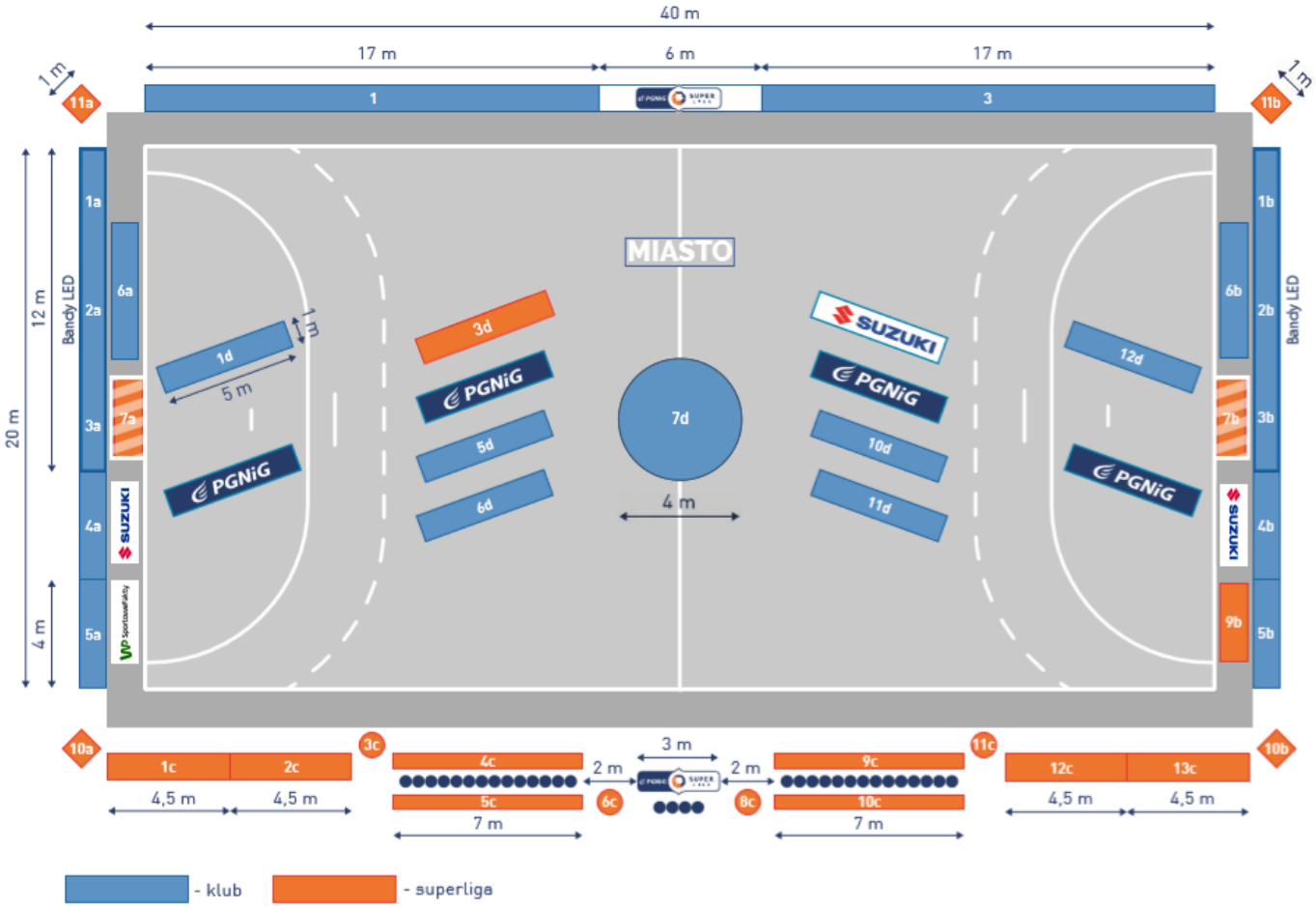
Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.



Grafika 2 Rozmieszczenie materiałów reklamowych na meczu telewizyjnym z wykorzystaniem band LED ze statycznymi reklamami za krótszą linią boiska.

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

3.7.3 Schemat rozmieszczenia elementów reklamowych używanych przez Superligę oraz Kluby podczas meczów Superligi transmitowanych w telewizji z wykorzystaniem band LED za krótszą linią boiska, z ekspozycją reklam dynamicznych został przedstawiony na Grafice 3;



Grafika 3 Rozmieszczenie materiałów reklamowych na meczu telewizyjnym z wykorzystaniem band LED z dynamiczną reklamą za krótszą linią boiska.

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

3.7.4 Naklejki reklamowe na parkiet, bandy statyczne oraz materiały na bandy LED partnerów Superligi dostarcza Superliga;

3.7.5 Naklejki reklamowe na parkiet muszą być eksponowane na każdym meczu telewizyjnym.

3.7.6 Banda reklamowa stolikowa 7c musi być eksponowana podczas każdego meczu (telewizyjny oraz nietelewizyjny).

3.7.7 Banda reklamowa 2 i 7 muszą być eksponowane podczas meczów, w których nie ma zamontowanych band LED;

3.7.8 Klub ma obowiązek wystawić oficjalny podest na piłkę, na 15 min przed rozpoczęciem meczu TV, zgodnie z dostarczonym przez Superligę Manualem Ceremonii Rozpoczęcia Meczu;

3.7.9 Klub ma obowiązek zapewnić bandy LED oraz Taraflex na każdy mecz telewizyjny;

3.7.10 Klub ma obowiązek dostosować halę do wymogów podanych przez TV;

3.7.11 Superliga zastrzega sobie prawo zmiany układu ułożenia naklejek na parkiecie oraz rozstawienia band sponsorów Superligi 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;

b) Klub – 50 minut ekspozycji reklamowej łącznie podczas wszystkich meczów rozgrywanych na hali posiadającej ekrany.

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

4.1.3 Dostarczenie materiałów na ekrany jest po stronie Superligi.

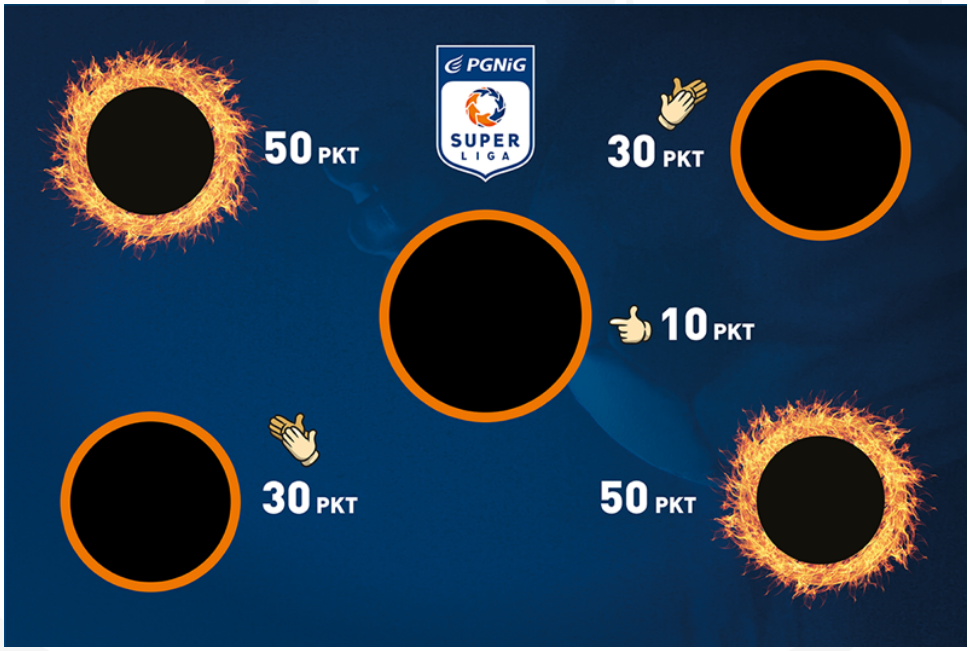
4.2 Konstrukcje boiskowe:

4.2.1 Powierzchnie reklamowe, w tzw. drugim planie reklamowym, powinny posiadać takie same wymiary (rekomendowane wymiary 3x1m i 6x1m). Rekomendowane jest by reklamy były jednolite pod kątem kolorystyki (jednolite tło oraz logo sponsorów);

4.2.2 Superliga zastrzega sobie prawo do eksponowania konstrukcji boiskowych w ramach wszystkich meczów Superligi;

4.2.3 Superliga zastrzega sobie prawo do zagospodarowania powierzchni reklamowej na konstrukcjach boiskowych według własnego uznania;

4.2.4 W szczególności Superliga zastrzega sobie prawo do przekazania Klubom do umieszczenia tzw. zasłon na jednej z bramek (Grafika 4), w celu przeprowadzenia w przerwie każdego z meczów konkursu aktywizującego publiczność w ramach wszystkich meczów PGNiG Superligi;



Grafika 4 Konkursowa zasłona na bramkę

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

4.2.5 Konstrukcje boiskowe wykorzystywane podczas ceremonii wejścia na boisko:

a) Stojak na Oficjalną Piłkę Superligi – konstrukcja boiskowa, na której znajduje się czysta Oficjalna Piłka Superligi, ustawiona na środku boiska 15 min przed rozpoczęciem meczu aż do jego rozpoczęcia, a następnie przy stoliku sędziowskim podczas każdego meczu. Wizualizacja stojaka została przedstawiona na Grafice 5;

Grafika 5 Stojak na Oficjalną Piłkę

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 należy eksponować podczas każdego meczu;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

4.3.5 Superliga zastrzega sobie prawo zmiany ułożenia logo 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

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

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 logo PGNiG Superligi w układzie poziomym o szerokości 82cm w górnej części ścianki konferencyjnej oraz 12 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logo Sponsora Tytularnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 3;

b) Prawo do zamieszczenia 8 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logo Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 3;

c) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logo 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 logo sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 3;

b) Prawo do zamieszczenia 16 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logo sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 3;

c) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logo 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,

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

Grafika 4 Ścianka konferencyjna /mixed zone

4.5.1 Zagospodarowanie powierzchni ścianki konferencyjnej:

Pola reklamowe do wykorzystania przez Superligę:

a) Prawo do zamieszczenia trzech logo PGNiG Superligi w układzie poziomym o szerokości 82cm w górnej części ścianki konferencyjnej oraz 18 pól sponsorskich o wymiarach 19cm x 10cm przedstawiających logo Sponsora Tytularnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 4;

b) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logo Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 4;

c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logo 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 logo sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 4;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

b) Prawo do zamieszczenia 24 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logo sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 4;

c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logo 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 logo PGNiG Superligi w układzie poziomym o szerokości 82cm w górnej części ścianki konferencyjnej oraz 18 pól sponsorskich o wymiarach 19cm x 10cm przedstawiających logo Sponsora Tytularnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 4;

b) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logo Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 4;

c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logo 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 logo sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 4;

b) Prawo do zamieszczenia 24 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logo sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 4;

c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logo 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 logo Rozgrywek na Oficjalnej Piłce Superligi i na stojakach do piłki meczowej.

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

6. Oficjalna woda

6.1 Każdy Klub biorący udział w Rozgrywkach PGNiG Superligi, nieposiadający wyłączności na korzystanie z produktów innego dostawcy wody, zobowiązany jest do korzystania w trakcie wszystkich spotkań oraz oficjalnych treningów z Oficjalnej Wody Superligi marki Kryniczanka. Superliga w ramach współpracy z Oficjalnym Partnerem dostarczy Klubom produkty do korzystania;

6.2 W trakcie korzystania z Oficjalnej Wody Superligi, opisanych w pkt 6.1, w butelkach może znajdować się tylko woda. Proszek izotoniczny i wszelkie dodatki do wody należy przygotowywać w bidonach Oficjalnego Dostawcy Odżywek.

7. Oficjalny Dostawca Odżywek

7.1 Każdy Klub biorący udział w Rozgrywkach PGNiG Superligi, nieposiadający wyłączności na korzystanie z bidonów od innego dostawcy, zobowiązany jest do korzystania w trakcie wszystkich spotkań oraz oficjalnych treningów z bidonów Oficjalnego Dostawcy Odżywek, marki NamedSport. Superliga w ramach współpracy z Oficjalnym Dostawcy Odżywek dostarczy Klubom bidony.

8. Prawa przyznane Superlidze

8.1 Nazwy i logo

8.1.1 Superliga posiada wyłączne prawo do:

a) Stosowania nazwy Rozgrywek z nazwą Sponsora Tytularnego 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 promującym rozgrywki i prawo do wykorzystywania logo w celach marketingowych i wizualnych;

e) Zarządzania tytułami sponsorów, partnerów, dostawców, patronów medialnych oraz wszelkimi innymi tytułami, w dowolnych formach i odmianach, w odniesieniu do rozgrywek PGNiG Superligi oraz prawo do ich wykorzystywania w dowolnych celach;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

f) Nazewnictwa i oznaczenia etapów Rozgrywek, grup zespołów i innych elementów Rozgrywek w odniesieniu do barw, logo, branży i wizerunku Sponsora.

8.2 Zasady dotyczące oprawy meczowej

8.2.1 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) Podczas każdego meczu transmitowanego przez oficjalnego Partnera Telewizyjnego należy przeprowadzić pierwsze podanie. Podanie nie może zostać przeprowadzone przez osobę jakkolwiek związaną politycznie, za wyjątkiem aktualnie urzędującego prezydenta i wiceprezydentów miasta z którego pochodzi Klub pełniący na meczu rolę gospodarza. Powinna to być osoba związana z piłką ręczną lub będąca znaną osobowością w innej dziedzinie. Wskazanie osoby powinno nastąpić 2 dni przed meczem z zastrzeżeniem, że Superliga oraz Partner Telewizyjny muszą zaakceptować propozycję Klubu;

c) Stosowania przez spikera, zapewnionego przez klub, wyłącznie oficjalnej nazwy Rozgrywek w komunikatach;

d) Wskazań sponsorskich audio na halach podczas każdego meczu Rozgrywek Superligi według wytycznych:

- Sponsor Tytularny - 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 Telewizyjny – TVP Sport - 2 razy w ciągu meczu (1x przed meczem i 1x w przerwie meczu);
- Patrona Medialnego – SportoweFakty.wp.pl – 2 razy w ciągu meczu (1x przed meczem i 1x w przerwie meczu);

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

- Wybór MVP meczu – informacja dla kibiców wskazująca, że wybór MVP meczu odbywa się za pośrednictwem aplikacji mobilnej Superligi wraz z zachęceniem do głosowania – minimum 2 razy w ciągu meczu (1x na początku drugiej połowy i 1x w 50. minucie meczu)

e) Umieszczania Logo Rozgrywek na tablicy wyników (w halach, gdzie istnieje techniczna możliwość wyświetlania Logo Rozgrywek lub montaż w przypadku technicznego braku możliwości);

f) Desygnowania przedstawiciela Sponsora Tytularnego lub wskazanej przez Sponsora Tytularnego osoby do uroczystego pierwszego podania na start meczu maksymalnie 10 razy w sezonie;

g) Desygnowania przedstawiciela Sponsora lub innej osoby wskazanej przez Sponsora do wręczenia Trofeum Superligi;

h) Zorganizowania plebiscytu „najlepszy zawodnik meczu/kolejki/miesiąca" oraz wręczenia nagrody przez wydelegowaną osobę Sponsora;

i) Przeprowadzenia konkursów z udziałem publiczności przed meczem i w przerwie meczu. Jeśli taki konkurs nie zostanie zorganizowany przez Superligę lub Superliga nie przekaże wytycznych dot. organizacji konkursu Klubowi, organizacja konkursu automatycznie przenosi się na Klub;

j) 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;

8.3 Prawo do biletów dla Sponsorów oraz Partnerów Superligi

8.3.1 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.

8.4 Prawo do wizerunku zawodników

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

8.4.1 Superliga zastrzega sobie prawo do:

a) Wykorzystania wizerunku, każdego z zawodników pierwszej drużyny z każdego Klubu do celów marketingowych;

b) Otrzymania pakietu: koszulka z autografami na koszulce wszystkich zawodników z Klubów, które zajęły miejsca 1-2 w poprzednim sezonie – po 4 koszulki z każdego Klubu, przesłana do końca października 2022 r.;

c) Otrzymania pakietu: koszulka z autografami na koszulce wszystkich zawodników z Klubów, które zajęły miejsca 3-14 w poprzednim sezonie – po 2 koszulki z każdego Klubu, przesłana do końca października 2022 r.;

d) Otrzymania pakietu gadżetów z Klubów, które zajęły miejsca 1-2 w poprzednim sezonie – po 4 pakiety z każdego Klubu, przesłanie do końca października 2022r.;

e) Otrzymania pakietu gadżetów z Klubów, które zajęły miejsca 3-14 – po 2 pakiety z każdego Klubu, przesłanie do końca października 2022r.;

f) Wykorzystywania herbów klubów Superligi w każdym możliwym formacie do celów marketingowych, wizerunkowych i komunikacyjnych.

8.5 Poligrafia i materiały drukowane

8.5.1 Klub ma obowiązek produkować materiały poligraficzne w postaci:

a) Na każdy mecz – plakat w wersji drukowanej w liczbie min. 50 sztuk, materiały prasowe, bilet;

b) Przed każdym sezonem – papier firmowy, karnet, identyfikator, zaproszenie, pocztówkę ze zdjęciem całej drużyny w liczbie min. 1 000 sztuk, akredytacje;

c) Reszta według zapotrzebowania i uznania klubu – m.in. ulotka, karta parkingowa, kalendarz, pocztówki każdego z zawodników.

8.5.2 Na wszystkich materiałach poligraficznych klubu należy zamieścić logo Rozgrywek oraz logo Sponsora Tytularnego Rozgrywek. Logo Rozgrywek należy umieścić w górnej, centralnej części w widocznym miejscu. Logo Sponsora Tytularnego należy umieścić jako pierwsze w pasku sponsorskim;

8.5.3 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 wymagają każdorazowej akceptacji Superligi;

8.5.4 Materiały przed każdym meczem:

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

a) Plakat meczowy – minimalny format B2 (50x70cm), produkowany na każdy mecz ze wszystkimi najważniejszymi informacjami na temat meczu drukowany w liczbie min. 50 sztuk na każde spotkanie;
b) Materiały prasowe – format A4 ze wszystkimi informacjami na temat drużyny gospodarza, drużyny gości, tabeli rozgrywek i innych potrzebnych informacji dla dziennikarzy;
c) Bilet – format dowolny, informacja na temat pary meczowej, daty, godziny, miejsca rozgrywania meczu.

8.5.5 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;
c) Pocztówka ze zdjęciem drużyny – format A5, logo rozgrywek i sponsora tytularnego zamieszczone zgodnie z wizualizacją przedstawioną w regulaminie marketingowym.

7. Media i transmisje TV

7.1 Klub jest zobowiązany do wyposażenia hali zgodnie z wymogami podanymi przez TV

7.2 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 każdej kreacji graficznej stworzonej przez Kluby, dotyczącej rozgrywek PGNiG Superligi, w tym social mediów 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 Superligi;
b) Produkcji stref kibica na każdym meczu podczas meczów Superligi,

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

c) Aktywności marketingowych na każdym meczu Superligi poprzez: sampling, punkt informacyjny, stoiska, organizacje lub zlecenia Klubowi organizacji aktywności w przestrzeni boiska;

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;

8.3 Klub zobowiązany jest do dokonania dokumentacji zdjęciowej z przeprowadzonych akcji promocyjnych i prospołecznych oraz do przekazania jej do Superligi w terminie do 7 dni od zakończenia akcji.

9. Inne aktywności Klubu

9.1 Umieszczenie logo Superligi oraz Sponsora Tytularnego Superligi w reklamach prasowych, jeśli Klub takie reklamy produkuje;

9.2 Zapewnienie profesjonalnej oprawy meczowej. Zatrudnienie do prowadzenia zawodów wykwalifikowanego spikera oraz DJ-a ;

9.3 Przesłanie po każdym meczu (telewizyjnym i nie telewizyjnym) zdjęć według listy wskazanej przez Superligę. Zdjęcia należy przesłać do 3 dni po każdym meczu;

9.4 Obowiązkiem Klubu jest w pierwszej kolejności sprzedaż biletów dla kibiców na miejsca znajdujące się naprzeciwko kamery prowadzącej;

9.5 Najpóźniej na 14 dni przed pierwszym meczem ligowym, należy do Superligi przesłać nazwy wszystkich sponsorów, partnerów oraz patronów medialnych Klubu;

9.6 Prezentacja meczowa zawodników musi odbywać się w jednakowych strojach, jednolitych co do rodzaju, wzoru, kolorystyki i brandingu – albo koszulki meczowe albo koszulki rozgrzewkowe z logo PGNiG Superligi.

9.7 Każdy z zawodników biorący udział w aktywnościach klubowych, szczególnie z udziałem mediów, zobowiązany jest być ubrany w Strój Klubowy – min. w koszulkę polo/ t-shirt lub koszulkę meczową klubu. Stroje Klubowe mają być jednolite – tj. w przypadku udziału w wydarzeniu więcej niż jednego zawodnika, każdy zobowiązany jest być ubrany w taki sam strój -jednolity co do rodzaju, wzoru, kolorystyki i brandingu.

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

10. Postanowienia końcowe

10.1. Każde użycie logo Superligi w sposób inny niż opisany w niniejszym regulaminie, wymaga uprzedniej akceptacji Superligi oraz Sponsora Tytularnego. Superliga wydaje zgodę lub odmawia użycia logo Superligi na podstawie przesłanej przez Klub ubiegający się o użycie logo Superligi do siedziby Superligi prezentacji sposobu użycia logo 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 należy przesłać do Superligi w formie informacji e-mail na 5 dni przed pierwszym meczem od którego Klub chciałby korzystać z powierzchni. Superliga zastrzega sobie prawo do odmowy przekazania powierzchni Klubowi. Superliga w każdej chwili może poinformować Klub o konieczności zwrotu przekazanej powierzchni;

10.4. W przypadku, gdy Klub potrzebuje dodatkowej powierzchni nieprzewidzianej w manualu, zobowiązany jest zgłosić się do Superligi z prośbą o wyrażenie zgody na uzyskanie takiej powierzchni. Informację w sprawie powierzchni należy przekazać do Superligi w formie informacji e-mail na 5 dni przed meczem lub startem sezonu. Superliga zastrzega sobie prawo do odmowy przekazania powierzchni Klubowi. Superliga w każdej chwili może poinformować Klub o konieczności zwrotu przekazanej powierzchni;

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 dokona zmiany swojego logo lub sponsora na materiałach wyprodukowanych przez Superligę, zobowiązany jest na własny koszt wyprodukować wszystkie materiały obligatoryjne na dany sezon;

10.7. Wszystkie sprawy nieokreślone w Regulaminie będą rozstrzygane każdorazowo przez Superligę;

10.8. Prawo interpretacji postanowień niniejszego Regulaminu przysługuje wyłącznie Zarządowi Superligi.

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

Regulamin strojów meczowych rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2022/2023

I. Podstawowe zasady

1. Zakres zastosowania regulaminu

1.1 Przepisy Regulaminu strojów meczowych rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2022/2023 (dalej: Regulamin) obowiązują wszystkie Kluby, uczestniczące w rozgrywkach PGNiG Superligi w sezonie 2022/2023;

1.2 Regulamin stosuje się do wszystkich meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2022/2023;

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 2022/2023;

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 Każdy projekt graficzny strojów przedstawionych do akceptacji do Superligi, powinien zawierać dokładne wymiary wykorzystanych pól reklamowych, zgodnych z zasadami opisanymi w Manualu Strojów;

2.4 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;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

2.5 Decyzja o akceptacji lub braku akceptacji strojów meczowych, będzie podejmowana przez Superligę i Sponsora Tytularnego rozgrywek na podstawie zasad określonych w Regulaminie. 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 jednolitych strojów meczowych od jednego dostawcy, 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.

3.3 Bluza/ koszulka rozgrzewkowa, w której zawodnicy odbywają rozgrzewkę meczową, muszą być jednolite co do rodzaju, wzoru, kolorystyki i brandingu.

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 GLADIATORICA, których wzornik znajduje się w manualu strojów.

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 100 mm powinien zostać umieszczony na przodzie koszulki meczowej w górnej części pod logo Sponsora Tytularnego. Szerokość numeru zawodnika nie powinna przekraczać 130 mm w układzie dwucyfrowym;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

4.6 Numer zawodnika o wysokości 200 mm powinien zostać umieszczony na plecach koszulki meczowej w środkowej części. Szerokość numeru zawodnika nie powinna przekraczać 300 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 GLADIATORICA o wysokości 40 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;

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

- srebrna – symbolizująca wywalczenie od 5 do 9 tytułów Mistrza Polski;
- biała – symbolizująca wywalczenie od 1 do 4 tytułów Mistrza Polski.

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 Logo Superligi powinno zostać umieszczone na prawym rękawku koszulki meczowej. Logo ma wielkość 100 mm x 100 mm;

7.3 Przestrzeń na prawym rękawku koszulki meczowej pod logo Superligi o wymiarach 100mm x40mm pozostaje do dyspozycji Superligi;

7.4 Przestrzeń na lewym rękawku o wymiarach 100mmx110mm pozostaje do dyspozycji PGNiG Superligi.

IV. Reklamy sponsora Klubu

8. Ograniczenia reklamowe

8.1 Dozwolone jest umieszczanie na strojach meczowych oznaczeń reklamowych z wyłączeniem treści zakazanych przez prawo powszechne oraz wszelkich treści politycznych, religijnych, treści dyskryminujących jakiekolwiek 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".

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

V. Stroje rozgrzewkowe

9. Bluzy/koszulki rozgrzewkowe

9.1 Oznakowaniem logo Superligi podlega górna odzież rozgrzewkowa (bluzy/koszulki rozgrzewkowe);

9.2 Logo Superligi powinno zostać umieszczone na prawym rękawku bluzy/koszulki. Logo ma wielkość 100 mm x 100 mm.

Wszelkie prawa do niniejszych dokumentów, w tym treści łącznie i w częściach przynależą wyłącznie spółce Superliga sp. z o.o. Jakiekolwiek ich wykorzystanie przez podmioty trzecie, a w szczególności w celach komercyjnych, może odbywać się wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą spółki Superliga sp. z o.o.

Superliga Sp. Z o. o.
ul. Puławska 300, 02-819 Warszawa
NIP: 9512414459
www.pgnig-superliga.pl