

OBOWIĄZKI KLUBÓW W ZAKRESIE PRAW MARKETINGOWYCH I MEDIALNYCH

Regulamin Medialny PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018

I. Zakres zastosowania regulaminu

1. Przepisy Regulaminu Medialnego rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018 (dalej: Regulamin) obowiązują wszystkie kluby, uczestniczące w rozgrywkach PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018.
2. Regulamin stosuje się do wszystkich meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018.
3. Kluby zobowiązane są przestrzegać zasad i realizować obowiązki opisane w treści Regulaminu, zgodnie z postanowieniami przedstawionymi w poszczególnych punktach Regulaminu.

II. Definicje

1. Dystrybucja IPTV – oznacza dystrybucję Materiału Filmowego za pomocą środków IPTV, która ma miejsce pod warunkiem, że Materiał Filmowy jest transmitowany do użytkownika poprzez protokoły internetowe TCP/IP (lub inne zastępowalne), oraz jednocześnie Materiał Filmowy jest dostarczany użytkownikowi w oparciu o sieć komunikacyjną opartą na Dystrybucji Kablowej lub Dystrybucji Satelitarnej. Powyższa sieć telekomunikacyjna musi być zdolna do stabilnej transmisji danych o stałej jakości (standardowej dla jakości transmisji telewizyjnej) z centralnego punktu nadawczego do urządzeń odbiorczych użytkowników;
2. Dystrybucja Kablowa – oznacza dystrybucję Materiału Filmowego za pomocą połączeń kablowych, która ma miejsce, gdy Materiał Filmowy jest transmitowany do użytkownika poprzez system PAL (analogowy), DVB-C lub DVB-C2, przy jednoczesnym spełnieniu warunku, że Materiał Filmowy jest dostarczany użytkownikowi drogą kablową do lokalu abonenta;
3. Dystrybucja Mobilna – oznacza dystrybucję Materiału Filmowego za pomocą środków mobilnych, która ma miejsce pod warunkiem, że Materiał Filmowy jest transmitowany do użytkownika poprzez system GPRS, system GSM, system UMTS lub system LTE i ich pokrewne oraz pochodne systemy lub jakiegokolwiek kombinacje tych systemów, przeznaczone przede wszystkim do odbioru przez urządzenia przenośne (takie jak na przykład telefony komórkowe i urządzenia PDA), oraz jeśli Materiał Filmowy jest dostarczany użytkownikowi w oparciu o sieć komunikacji mobilnej lub DVB-H/SH lub DMB;
4. Dystrybucja Naziemna – oznacza dystrybucję Materiału Filmowego za pomocą środków naziemnych, jeśli Materiał Filmowy jest transmitowany do użytkownika poprzez system PAL (analogowy naziemny), DVB-T lub DVB-T2 i jednocześnie Materiał Filmowy jest dostarczany użytkownikowi wyłącznie drogą komunikacji radiowej/antenowej;
5. Dystrybucja Satelitarna – oznacza dystrybucję Materiału Filmowego za pomocą środków

- satelitarnych, gdy Materiał Filmowy jest transmitowany do użytkownika poprzez system PAL (analogowy), DVB-S lub DVB-S2, oraz Materiał Filmowy jest dostarczany użytkownikowi z satelity drogą transmisji radiowej;
6. Dystrybucja Web TV – oznacza dystrybucję Materiału Filmowego za pomocą Internetu, która ma miejsce, gdy Materiał Filmowy jest transmitowany do użytkownika poprzez pobieranie danych po tym jak takie pobieranie danych zostało aktywowane przez użytkownika, a wysyłanie danych następuje poprzez Internet. Wysyłanie i odbieranie danych następuje wyłącznie poprzez protokoły TCP/IP w połączeniu, w którym dokładnie jeden punkt wysyła pakiety do dokładnie jednego punktu (Unicast), przy jednoczesnym warunku, że Materiał Filmowy jest dostarczany użytkownikowi w oparciu o sieć telekomunikacyjną kablową, sieć telekomunikacją mobilną lub sieć telekomunikacyjną satelitarną. Materiał Filmowy może być udostępniony wyłącznie w Internecie URL i musi być wyłącznie dostępny użytkownikowi na Terytorium poprzez powszechnie stosowane sposoby dostępu do Internetu.
 7. Główny Nadawca - spółka ITI Neovision S.A. siedzibą w Warszawie (02-758), Al. Gen. Władysława Sikorskiego 9, nabywca pakietu Głównego Nadawcy Meczów PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018 lub każda inna osoba prawna lub fizyczna wskazana przez spółkę ITI Neovision do realizacji umowy nabycia pakietu Głównego Nadawcy z Superligą Sp. z o.o.
 8. Inne Media – wszystkie media z wyłączeniem Głównego Nadawcy, Innych Nadawców i Mediów Klubowych;
 9. Inny Nadawca – każdy inny, poza Głównym Nadawcą, nadawca treści audiowizualnych, bez względu na Platformę Dystrybucyjną, nieuprawniony do eksploatacji Praw Medialnych do Meczów;
 10. Internet – oznacza fizyczną sieć połączonych komputerów znanych jako Internet wtedy i tylko wtedy, gdy sieć ta jest używana do dostarczania treści multimedialnych, w tym bez żadnych ograniczeń tekstów, znaków graficznych, oprogramowania, audio i video niezdefiniowanych przez odniesienie do unikalnego URI/URL (Universal Resource Indicator/Universal Resource Locator), do których dostęp mają użytkownicy przeglądarek (np. przeglądarki znanej jako „Google” i „Safari”) za pomocą powszechnych urządzeń, m. in. protokołów TCP/IP;
 11. Klub – oznacza klub piłki ręcznej biorący udział w danym czasie w Rozgrywkach PGNiG Superligi, w tym również pracowników klubów, w szczególności zawodników, trenerów, osoby towarzyszące i organy spółek prowadzących klub
 12. Mecz – oznacza każdy mecz pomiędzy dwoma Klubami w ramach Rozgrywek PGNiG Superligi;
 13. Media Klubowe – media będące własnością lub kontrolowane przez Klub, w tym w szczególności serwisy internetowe i media społecznościowe;
 14. Na żywo – oznacza w czasie rzeczywistym i równoległe z odbywającym się wydarzeniem (Meczem);
 15. Pakiet Nadawcy Głównego – oznacza prawa, możliwości i środki techniczne transmisji i przekazu Rozgrywek PGNiG Superligi, które zostały wyszczególnione przez Superligę i na mocy zawartej umowy, przekazane Głównemu Nadawcy;

16. Platforma Dystrybucyjna – oznacza następujące platformy umożliwiające audiowizualną transmisję Sygnału: Dystrybucja Naziemna, Dystrybucja Kablowa, Dystrybucja Satelitarna, Dystrybucja IPTV, Dystrybucja Web TV, Dystrybucja Mobilna, Telewizja CCTV;
17. Prawa Medialne – oznaczają wszelkie prawa majątkowe do Meczów, a w szczególności prawa audiowizualne możliwe do realizacji odnośnie Meczów za pośrednictwem dostępnych środków audiowizualnych i wszelkich innych dostępnych środków technicznych, włączając Platformy Dystrybucyjne (Dystrybucję Naziemną, Dystrybucję Kablową, Dystrybucję Satelitarną, Dystrybucję IPTV, Dystrybucję Web TV oraz Dystrybucję Mobilną). Prawa Medialne, dotyczą czasu Meczu począwszy od jego rozpoczęcia (pierwszy rzut) do czasu ostatniego gwizdka sędziego w danym Meczu, z wyłączeniem przerwy pomiędzy I i II połową danego Meczu.
18. AIS – Agencja Informacji Superligi – platforma internetowa stworzona do publikacji informacji prasowych z dostępem dla dziennikarzy
19. ZPRP – Związek Piłki Ręcznej w Polsce, będący polskim (krajowym) związkiem sportowym;
20. Rozgrywki PGNiG Superligi – oznacza rozgrywki PGNiG Superliga o Drużynowe Mistrzostwo Polski w piłce ręcznej mężczyzn, organizowane i zarządzane przez Superligę;
21. Superliga – Superliga Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (02-819), przy ul. Puławskiej 300A, spółka organizująca i prowadząca Rozgrywki PGNiG Superligi;
22. VPS – system powtórek wideo w zawodach objętych transmisją audiowizualną;

III. Prawa Medialne do Meczów

1. Główny Nadawca jest uprawniony na zasadzie wyłączności do emisji i eksploatacji Praw Medialnych do Meczów. Oznacza to, że żaden Inny Nadawca i Inne Medium nie jest uprawnione do rejestracji Meczów oraz emisji i eksploatacji materiałów audiowizualnych z Meczów, bez względu na Platformę Dystrybucyjną, w tym poprzez media społecznościowe lub inne usługi elektroniczne
2. Żaden Klub nie jest upoważniony do uprawniania (za wynagrodzeniem lub bezpłatnie) innych osób prawnych i osób fizycznych do dysponowania Prawami Medialnymi do Meczów.
3. Media Klubowe są uprawnione do udostępnienia swoim użytkownikom, dla celów informacyjnych poprzez dowolną Platformę Dystrybucyjną, materiału audiowizualnego z własnych Meczów rozgrywanych w charakterze gospodarza. Długość takiego materiału audiowizualnego nie może być dłuższa niż 30 (trzydzieści) sekund, a materiał audiowizualny dla celów informacyjnych może być udostępniony użytkownikom w okresie od godz. 23:59 w dniu rozgrywania danego Meczu do godz. 23:59 dnia następnego.
4. Media Klubowe są uprawnione do udostępnienia swoim użytkownikom, poprzez dowolną Dystrybucję Mobilną oraz Dystrybucję Web TV, materiału audiowizualnego z własnych Meczów rozgrywanych w charakterze gospodarza. Długość takiego materiału audiowizualnego nie może być dłuższa niż 3 (trzy) minuty. Materiał audiowizualny dla celów informacyjnych może być udostępniony użytkownikom od najbliższego wtorku po zakończeniu danego Meczu Klubu w charakterze gospodarza od godz. 00:00.

5. Kluby Superligi, celem realizacji swoich uprawnień opisanych w punktach 4 i 5 powyżej, otrzymają od Głównego Nadawcy za pośrednictwem Superligi dostęp do materiałów audiowizualnych wyprodukowanych przez Głównego Nadawcę.
6. Główny Nadawca może upoważniać osoby trzecie do produkcji sygnału audiowizualnego z Meczów. Kluby zostaną poinformowane przez Superligę o takim upoważnieniu.

IV. Produkcja sygnału audiowizualnego z przebiegu Meczów

1. Główny Nadawca jest wyłącznie uprawniony do produkowania dla celów komercyjnych sygnału audiowizualnego z Meczów Rozgrywek Superligi w sezonie 2017/2018.
2. W przypadku Meczów, które nie są produkowane w całości i nie są transmitowane Na Żywo przez Głównego Nadawcę, Kluby są uprawnione do rejestracji przebiegu takich Meczów. Jednak zarejestrowane przez Kluby materiały filmowe z takich Meczów mogą być wykorzystywane jedynie w celach szkoleniowych, celach związanych z bezpieczeństwem i celach związanych z ewentualną egzekucją przepisów dyscyplinarnych Superligi i ZPRR.
3. Celem umożliwienia Głównemu Nadawcy profesjonalnego wykonywania uprawnienia, opisanego w punkcie 1 powyżej, Kluby zobowiązane są do:
 - a) zapewnienia miejsca pod studio na terenie hali Meczu zgodnie z ustaleniami z ekipą realizatorską Głównego Nadawcy, w tym w szczególności poprzez zapewnienie dostępu do prądu, również dla wozów transmisyjnych (gniazdo 63 oraz 125 z poborem mocy w granicach 70-80 kW);
 - b) umożliwienia nieskrępowanej pracy kamer Głównego Nadawcy z uwzględnieniem przepisów dotyczących bezpieczeństwa;
 - c) zapewnienia miejsca pod kamery i stanowisko komentatorskie oraz zabezpieczenia kart wstępu dla ekipy produkcyjnej i reporterskiej Głównego Nadawcy, umożliwiających nieskrępowany dostęp do stanowisk pracy na terenie Meczu;
 - d) zapewnienia akredytacji dziennikarskich dla osób wskazanych przez Głównego Nadawcę;
 - e) zapewnienia dostępu do zawodników i gości specjalnych Meczów, w celu umożliwienia przeprowadzenia z nimi wywiadów;
 - f) zapewnienia, po zakończeniu danego Meczu, niezbędnego oświetlenia pozwalającego na bezpieczny demontaż sprzętu transmisyjnego w czasie określonym przez służby techniczne Głównego Nadawcy;
4. Żadna strona trzecia, a w szczególności Inni Nadawcy i Inne Media, nie jest uprawniona do rejestracji przebiegu Meczów Rozgrywek PGNiG w sezonie 2017/2018.
5. Kluby zobowiązane są w toku procesów akredytacyjnych na Mecze do uzyskania od przedstawicieli Innych Nadawców i Innych Mediów pisemnych oświadczeń, które zawierać będą:
 - a) Potwierdzenie, iż dany przedstawiciel Innego Nadawcy lub Innego Medium został poinformowany o zakazie rejestrowania obrazu i dźwięku z przebiegu Meczów Rozgrywek PGNiG Superligi;
 - b) Oświadczenie o powstrzymaniu się od rejestracji obrazu i dźwięku z przebiegu Meczów;

- c) Oświadczenie, że ewentualnie zarejestrowany materiał audiowizualny przez danego przedstawiciela Innego Nadawcy lub Innego Medium będzie ograniczony do czasu poza czasem gry danego Meczu lub będzie zawierał jedynie kadry z trybunami, miejscami przed halą, wywiady z zawodnikami, trenerami, sędziami lub innymi osobami, będącymi w hali przy okazji Meczu.

V. Wozy transmisyjne

1. Kluby w porozumieniu z Superligą i Głównym Nadawcą zobowiązane są do stałego wyznaczenia miejsca dla wozów transmisyjnych Głównego Nadawcy.
2. Podstawowe parametry, dotyczące miejsca dla wozów transmisyjnych:
 - a) Rozmiar miejsc: nie mniejszy niż 20m x 10m,
 - b) Bezpośrednia bliskość hali, w której rozgrywane są Mecze,
 - c) Miejsce i dojazd do miejsca dla wozów transmisyjnych powinien być utwardzony i przygotowany do przejazdu i postoju ciężkich samochodów (waga powyżej 30 ton),
 - d) Miejsce dla wozu transmisyjnego w trakcie postoju wozu powinno być strzeżone przez nie mniej niż 2 pracowników ochrony lub służb porządkowych,
 - e) W sąsiedztwie miejsca dla wozów transmisyjnych należy zabezpieczyć 5 miejsc parkingowych dla samochodów technicznych Głównego Nadawcy,
 - f) W odległości nie większej niż 50 m od miejsca wozu transmisyjnego Klub powinien zabezpieczyć na potrzeby Głównego Nadawcy stabilny dostęp do sieci Internet,
3. Przedstawiciel Głównego Nadawcy każdorazowo, nie później niż 24 godziny przed danym Meczem, poinformuje Klub o szacunkowym terminie przyjazdu wozu transmisyjnego w okolicę hali oraz zakładanym czasie wyjazdu wozu po meczu.
4. Przedstawiciel Klubu każdorazowo w momencie przyjazdu wozu transmisyjnego powinien być dostępny dla przedstawicieli Głównego Nadawcy, celem sprawdzenia i potwierdzenia, że miejsce dedykowane wozom transmisyjnym spełnia wszelkie niezbędne kryteria dla profesjonalnej produkcji sygnału audiowizualnego z danego Meczu.

VI. Stanowiska dla komentatorów, statystyków i VPS

1. Kabina/stanowisko komentatorskie dla Nadawcy Głównego musi być usytuowane w centralnym miejscu głównej trybuny hali, po tej samej stronie, co stanowiska kamer, posiadać wymiary co najmniej 3 x 2 metry. Stanowisko powinno zapewniać bezpośredni, wolny od przeszkód widok całego boiska. Stanowisko musi być wyposażone w sieć elektryczną oraz połączenie do sieci Internet (łącze stałe lub zabezpieczone hasłem łącze Wi-Fi o prędkości nie mniejszej niż 50 Mb/s. Stanowisko musi być wyposażone w stół o wymiarach min. 2 m szerokości i 0,5 m głębokości oraz 2 krzesła.
2. Inne kabiny/stanowiska komentatorskie powinny być umieszczone możliwie blisko wysokości środka boiska, po tej samej stronie, co stanowiska kamer. Zaleca się takie same wyposażenie

techniczne i wielkość, jak w przypadku kabiny/stanowiska komentatorskiego dla Nadawcy Głównego.

3. Stanowiska komentatorskie powinny być oddzielone od widowni w sposób umożliwiający swobodną, profesjonalną pracę komentatorów.
4. Klub zobowiązuje się do zapewnienia wskazanej przez Superligę spółce prowadzącej badania statystyczne w trakcie rozgrywek PGNiG Superligi oraz jej przedstawicielom oddzielonego od kibiców miejsca w taki sposób, aby umożliwiała ono swobodną, profesjonalną pracę statystyków. Ustala się, że klub jest zobowiązany do zapewnienia miejsca na pracę trzech (3) statystyków. Stanowisko musi być wyposażone w sieć elektryczną oraz połączenie do sieci Internet (łącze stałe lub zabezpieczone hasłem łącze Wi-Fi o prędkości nie mniejszej niż 50 Mb/s. Stanowisko musi być wyposażone w stół o wymiarach min. 2m szerokości i 0,5 m głębokości oraz 3 krzesła. Klub zobowiązuje się do zapewnienia wskazanej przez Superligę spółce świadczącej usługi VPS w rozgrywkach PGNiG Superligi oraz jej przedstawicielom oddzielonego od kibiców miejsca w taki sposób, aby umożliwiała ono swobodny dostęp sędziów i delegatów ZPRP do VPS. Stanowisko VPS musi być wyposażone w:
 - a) sieć elektryczną oraz połączenie do sieci Internet (łącze stałe lub zabezpieczone hasłem łącze Wi-Fi o prędkości nie mniejszej niż 50 Mb/s.,
 - b) umożliwiać podłączenie do wozy transmisyjnego,
 - c) stół o wymiarach min. 2m szerokości i 0,5 m głębokości oraz 2 krzesła.

VII. Montaż i demontaż sprzętu technicznego

1. Klub, organizator danego Meczu, powinien zapewnić ekipie technicznej Głównego Nadawcy i Innym Mediom wszelką, możliwą pomoc w procesie montażu i demontażu sprzętu technicznego.
2. Klub, we współpracy ze służbami technicznymi Głównego Nadawcy, powinien wytyczyć i zabezpieczyć drogi kablowe, od wozy transmisyjnego do punktów instalacji sprzętu telewizyjnego na hali. Wytyczone drogi kablowe powinny przebiegać możliwie najkrótszą drogą oraz zapewniać bezpieczeństwo przebywających na obiekcie osób.
3. W czasie montażu i demontażu sprzętu technicznego w ciągach komunikacyjnych, szczególnie w miejscach przecinania się ciągów z drogami kablowymi powinien zostać ograniczony ruch.
4. Powinny zostać zapewnione drogi techniczne od wozy transmisyjnego Głównego Nadawcy do miejsc instalacji sprzętu telewizyjnego w hali. Drogi powinny zostać wytyczone w sposób umożliwiający bezkolizyjny, bezpieczny i możliwie łatwy transport sprzętu technicznego.
5. Jeżeli droga dojścia do miejsca instalacji kamer lub innego sprzętu technicznego przebiega przez więcej niż jedną kondygnację, ekipie technicznej Głównego Nadawcy na czas montażu i demontażu sprzętu technicznego powinna zostać udostępniona winda, jeśli taka jest zainstalowana w hali.

VIII. Zalecenia i reguły dotyczące wywiadów

1. Wszystkie wywiady bezpośrednio związane z danym Meczem, podczas meczów transmitowanych Na żywo przez Głównego Nadawcę, realizowane są w ten sposób, iż:
 - a) w pierwszej kolejności realizowane są wywiady przez ekipy reporterskie Głównego Nadawcy, szczególnie wywiady realizowane Na żywo,
 - b) o kolejności kolejnych wywiadów decydują służby medialne Klubu, organizatora danego Mecz.
2. Kluby Superligi powinny delegować osoby odpowiedzialne za koordynację pracy mediów podczas meczów (Koordynator mediów), szczególnie w zakresie przeprowadzania wywiadów. Takie osoby powinny podczas każdego Mecz swojego Klubu być w stałym kontakcie z zawodnikami i trenerami przed, w trakcie i po danym Mecz.
3. Koordynator mediów Klubu przyjezdnego powinien być w kontakcie z biurem prasowym Klubu, organizatora danego Mecz. Koordynatorzy mediów obu Klubów powinni współpracować ze sobą przy okazji danego Mecz.
4. Przedstawiciele mediów, zainteresowani przeprowadzeniem wywiadu, powinni takie zainteresowanie zgłaszać odpowiednim Koordynatorom mediów.
5. Koordynator mediów danego Klubu powinien każdorazowo umożliwić przeprowadzenie wywiadów z zawodnikami i trenerami reprezentowanego Klubu, szczególnie dotyczy to wywiadów emitowanych Na żywo przez ekipy reporterskie Głównego Nadawcy.
6. Klub, organizator danego Mecz, jest odpowiedzialny za zabezpieczenie miejsc i dbanie o bezpieczeństwo uczestników wywiadów w hali.
7. Wszystkie wywiady na terenie hali, w szczególności wywiady bezpośrednio w związku z Meczami Rozgrywek PGNiG Superligi, muszą być przeprowadzane na tle ścianek sponsorskich, dostarczonych Klubom przez Superligę. Ścianki sponsorskie powinny każdorazowo pozostawać do dyspozycji mediów w następujących miejscach na hali:
 - a) przy boisku, dla potrzeb tzw. wywiadów flash,
 - b) w strefie mieszanej hali,
 - c) w sali konferencji prasowej.
8. Klub jest zobowiązany do ścisłej współpracy z Głównym Nadawcą, Innymi Nadawcami oraz Innymi Mediami.
9. Klub, w tym zawodnicy i trenerzy, nie mogą odmawiać udzielenia wywiadów i udziału w audycjach przygotowywanych przez Głównego Nadawcę bez zgody Superligi Główny Nadawca, w porozumieniu z Superligą, ma prawo wskazać przedstawiciela danego Klubu, który będzie zaproszony do udziału w audycji produkowanej w studio Nadawcy Głównego. Takie wskazanie powinno być przekazane danemu klubowi z 7-dniowym wyprzedzeniem.

IX. Miejsca dla mediów na terenie hali przy okazji Meczów

1. Stanowiska wywiadów Flash. Stanowiska Flash Interview to miejsca w bezpośredniej bliskości boiska, które przeznaczone są do krótkich wywiadów z uczestnikami Meczów.
 - a) Stanowiska wywiadów Flash są ulokowane przed ściankami sponsorskimi, udostępnionymi Klubom przez Superligę.
 - b) Stanowiska wywiadów Flash przeznaczone są przede wszystkim dla Głównego Nadawcy.
 - c) W trakcie trwania Meczów Rozgrywek PGNiG Superligi ścianki sponsorskie przy stanowiskach wywiadów Flash muszą być umieszczone w sposób nie przesłaniający widoku boiska widzom obecnym w hali.
2. Kluby Superligi zobowiązane są do wydzielenia w swoich halach Trybuny dla Mediów. Trybuny dla Mediów powinny spełniać następujące kryteria:
 - a) Powinna dysponować co najmniej 20 miejscami siedzącymi, wyposażonymi w blaty o wielkości umożliwiającej pracę na komputerze przenośnym.
 - b) Miejsca na Trybunie dla Mediów powinny być wyposażone w źródło zasilania elektrycznego i dostęp do sieci Internet (modem lub Wi-Fi).
 - c) Trybuna dla Mediów powinna być wydzielona w centralnym miejscu trybuny głównej, w miejscu umożliwiającym swobodny dostęp do innych pomieszczeń i stref dla mediów.
 - d) Dostęp do Trybuny dla Mediów powinien być kontrolowany przez przedstawicieli Klubu, organizatora danego Meczu. Klub, organizator danego Meczu, wydaje zezwolenia na wstęp na Trybunę dla Mediów, na podstawie wniosków akredytacyjnych.
 - e) Poza akredytowanymi dziennikarzami wstęp na Trybunę dla Mediów mają Koordynatorzy Mediów Klubów oraz przedstawiciele Mediów Klubowych, Głównego Nadawcy i Superligi.
3. Na terenie hal, w związku z Meczami PGNiG Superligi, Kluby zobowiązane są do przygotowania Sal do Konferencji Prasowych. Sale do Konferencji Prasowych powinny:
 - a) Znajdować się możliwie jak najbliżej szatni zawodników,
 - b) Być umiejscowione w miejscach oddalonych od źródeł głośniego dźwięku,
 - c) Posiadać co najmniej 30 miejsc siedzących,
 - d) Posiadać system nagłośnienia,
 - e) Być wyposażone w ścianki sponsorskie, dostarczone przez Superligę,
 - f) W dni Meczów być dostępne wyłącznie dla osób akredytowanych przez Klub, organizatora danego Meczu, oraz dla przedstawicieli Klubów, Superligi i Głównego Nadawcy.
4. Na terenie hal, w których rozgrywane są Mecze Rozgrywek PGNiG Superligi, Kluby powinny wydzielić Pomieszczenie Pracy dla Mediów.
 - a) Pomieszczenie Pracy dla Mediów powinno umożliwiać wykonywanie swoich obowiązków przez co najmniej 30 akredytowanych przedstawicieli mediów i akredytowanych fotoreporterów.

- b) Pomieszczenie Pracy dla Mediów powinno być wyposażone w stoły, krzesła, źródła zasilania elektrycznego oraz źródła dostępu do sieci Internet modem lub Wi-Fi),
 - c) Jeśli na danej hali brak jest niezbędnych pomieszczeń i możliwości technicznych i nie jest możliwe wydzielenie samodzielnego Pomieszczenia Pracy dla Mediów, możliwe jest realizowanie jego funkcji przez Salę Konferencji Prasowych.
5. Kluby Superligi zobowiązane są do wydzielenia na terenie użytkowanych przez siebie hal Stref Mieszanych, w których zawodnicy i trenerzy mogliby po meczach udzielać wywiadów przedstawicielom mediów.
- a) Strefa Mieszana powinna być ulokowana pomiędzy szatniami drużyn a wyjściem drużyn z hali (w drodze na parking dla samochodów zawodników i autokarów klubowych).
 - b) Po zakończeniu danego Meczu wszystkie akredytowane media mogą przeprowadzać wywiady z uczestnikami Meczu w Strefie Mieszanej.
 - c) Członkowie drużyn klubowych, przed dotarciem do wyjścia z hali, zobowiązani są do przejścia przez Strefę Mieszaną.
 - d) Klub, organizator danego meczu, zobowiązany jest do wydzielenia swobodnego przejścia przez Strefę Mieszaną dla zawodników, trenerów i innych członków drużyn.

X. Dodatkowe zalecenia dla Klubów na terenie hali przy okazji Meczów

1. Wszystkie ceremonie, dekoracje, prezentacje zawodników i inne elementy oprawy meczowej powinny odbywać się w kierunku trybuny, z której produkowany jest sygnał audiowizualny z Meczu.
2. Kluby zobowiązane są do znajomości ceremonii meczowych i koordynowania ich.
3. Klub, organizator danego Meczu, zobowiązany jest kontrolować dostęp do boiska i stref pracy przedstawicieli Głównego Nadawcy. Produkcja sygnału audiowizualnego z meczów nie może być w żaden sposób utrudniana i zakłócana.
4. Przedstawiciele Klubu Gospodarza zobowiązani są, na co najmniej 90 minut przed planowanym początkiem danego Meczu, zorganizować odprawę przedmeczową, w której udział muszą wziąć:
 - Przedstawiciele obu drużyn (np. kierownicy)
 - Sędziowie
 - Delegaci
 - Spiker, Dj
 - Przedstawiciele nadawcy telewizyjnego
 - Przedstawiciel firmy ochroniarskiej
 - Przedstawiciele Superligi (opcjonalnie)

Podczas spotkania przedstawiciele drużyn muszą przekazać skład zespołów przedstawicielom mediów.

5. Klub zobowiązany jest na każdy mecz przygotować i dostarczyć do przedstawicieli mediów materiały prasowe.

6. Superliga zaleca, aby przedstawiciele Innych Nadawców i Innych Mediów, na czas trwania Meczów oddawali sprzęt rejestrujący (kamery) do specjalnie przygotowanego przez Kluby depozytu.
7. Kluby Superligi muszą przekazać przedstawicielom mediów kolorowe kamizelki (znaczniki) przygotowane przez Superligę. Kolor kamizelek ułatwia identyfikację oraz określa możliwe miejsca poruszanie się po hali.

XI. Akredytacje i dostęp mediów

1. Klub, organizator danego Meczu, jest odpowiedzialny za proces i kontrolę dostępu do stref i miejsc pracy mediów, jak również za przestrzeganie zakazu transmitowania lub utrwalania Meczów przez osoby nieuprawnione, w tym prowadzenie transmisji tekstowych i badania statystyczne przez osoby nie wskazane przez Superligę
2. Przedstawiciele mediów zobowiązani są do poruszania się po terenie hali zgodnie z regulaminami Klubów i zgodnie z zakresem otrzymanych akredytacji.
3. W związku z odpowiedzialnością, spoczywającą na Klubach, organizatorach swoich Meczów, Kluby zobowiązane są:
 - a) zapewnić bezpieczeństwo wszystkim przedstawicielom mediów, pracującym podczas Meczów,
 - b) koordynować pracę wszystkich akredytowanych mediów,
 - c) zapewnić Głównemu Nadawcy właściwe warunki pracy, szczególnie przy realizacji Meczów Na żywo,
 - d) dbać o jakość warunków pracy wszystkich przedstawicieli mediów, obecnych na Meczach Rozgrywek PGNiG Superligi,
 - e) kontrolować realizację przez przedstawicieli mediów warunków i zasad udzielonych akredytacji,
4. Akredytacje na Mecze Rozgrywek PGNiG Superligi przyznawane są na podstawie wniosków akredytacyjnych udostępnianych przez Kluby.
5. Akredytacje przyznawane są przez Klub, organizatora Meczów, na okres wskazany przez dany Klub.
6. O szczególnych kryteriach i warunkach przyznawania akredytacji decyduje Klub. Superliga zaleca, aby akredytacje były przyjmowane z odpowiednim wyprzedzeniem.
7. Wniosek akredytacyjny powinien być wypełniony zgodnie z wytycznymi Klubów, oraz musi zawierać podpis redaktora naczelnego lub kierownika działu danej redakcji.
8. O przyznaniu akredytacji decyduje Klub. W związku z tym złożenie wniosku o akredytację, nie jest równoznaczne z jej wystawieniem przez Klub.
9. Klub jest uprawniony do odebrania akredytacji przedstawicielom mediów, którzy nie przestrzegają zaleceń i regulacji, obowiązujących podczas Meczów Rozgrywek PGNiG Superligi. Decyzję o odebraniu akredytacji Klub przekaże odpowiedniej redakcji.

XII. Zobowiązania Klubów w zakresie promocji Rozgrywek PGNiG Superligi

1. Kluby zobowiązane są uzyskać wszelkie, niezbędne zgody, o ile takie zgody będą wymagane, na wykorzystanie wizerunku osób związanych z danym Klubem, w tym zawodników, trenerów, członków sztabu szkoleniowego, którzy pojawiają się w materiałach filmowych produkowanych z Meczów.
2. Ponadto Kluby zobowiązane są uzyskać zgody członków swoich drużyn (trenerów, zawodników) do wykorzystywania ich wizerunków, w celach promocyjnych Superligi, Rozgrywek PGNiG Superligi oraz Głównego Nadawcy. W przypadku wystąpienia przez osoby trzecie z jakimikolwiek roszczeniami w związku z naruszeniem przez Superligę lub Głównego Nadawcę praw do wizerunku w związku z wykorzystaniem tegoż wizerunku w ramach działań przewidzianych postanowieniami niniejszego regulaminu, Klub, którego przedstawiciele będzie dotyczył takie roszczenie, zobowiązuje się zwolnić Superligę i Głównego Nadawcę z wszelkiej odpowiedzialności.
3. Wyłączona jest możliwość eksponowania podczas Meczów Rozgrywek PGNiG Superligi nazw oraz znaków towarowych podmiotów, które prowadzą działalność konkurencyjną wobec działalności Głównego Nadawcy oraz innych oficjalnych partnerów PGNiG Superligi bez zgody Superligi.
4. W celu realizacji postanowień umowy z Głównym Nadawcą w zakresie promocji jego usług, Kluby zobowiązane będą do:
 - a) ekspozycji logotypów Głównego Nadawcy na ściankach do wywiadów zgodnie z ustaleniami przekazanymi przez Superligę,
 - b) przekazania na potrzeby Superligi oraz Głównego nadawcy do 20 biletów na wybrane mecze danego Klubu, o ile takie zapotrzebowanie zostanie zgłoszone przez Superligę nie później niż 7 dni przed danym Meczem Rozgrywek PGNiG Superligi,
 - c) umieszczenia na wybranym rękawie strojów meczowych drużyny Klubu, podczas Meczów PGNiG Superligi, logo NC+ o wymiarach 10 x 5 cm,
 - d) podczas wybranych meczów Rozgrywek PGNiG Superligi, udostępnienia w hali Klubu miejsca na stoisko sprzedażowe Głównego Nadawcy, o ile takie zapotrzebowanie zostanie zgłoszone nie później niż na 7 dni przed Meczem, którego dotyczy.
5. Kluby, w porozumieniu z Superligą, zobowiązane są do promocji Rozgrywek PGNiG Superligi w swoich klubowych kanałach komunikacyjnych.
6. Kluby zobowiązane są do publikowania materiałów video i treści udostępnianych przez Głównego Nadawcę w zakresie uprawnień opisanych w regulaminie.
7. Zabronione jest promowanie stron internetowych, na których dostępne są nielegalne materiały z Meczów Rozgrywek PGNiG Superligi, w tym statystyki lub transmisji z Meczów przez nieuprawnione osoby.
8. Kluby oraz ich pracownicy, zawodnicy oraz sztab szkoleniowy zobowiązani są do dbania o dobry wizerunek Klubów, Rozgrywek PGNiG Superligi, Superligi oraz Głównego Nadawcy. W żadnym wypadku nie jest możliwe wypowiadanie się lub publikowanie treści mogących

negatywnie oddziaływać na wiarygodność Klubów, Rozgrywek PGNiG, Superligi, sędziów, ZPRP oraz Głównego Nadawcy.

9. Kluby oraz ich pracownicy, zawodnicy oraz sztab szkoleniowy zobowiązani są zachowywać wysokie standardy językowe i kulturalne w komunikacji poprzez własne profile w mediach społecznościowych.

XIII. INFORMACJE DLA MEDIÓW

Wszelkie istotne informacje dla przedstawicieli mediów powinny być dostępne na oficjalnych stronach internetowych Klubów. Informacje, o których mowa w zdaniu poprzednim powinny zawierać:

- a) kontakt do biura prasowego oraz do rzecznika prasowego oraz Koordynatora mediów Klubu (adres e-mail, telefon),
- b) plan hali ze wskazaniem stref dla mediów,
- c) wnioski akredytacyjne,
- d) informacje o polityce i zasadach współpracy Klubu z mediami,
- e) Regulamin Medialny Superligi w sezonie 2017/2018 (ten dokument).

W celu ułatwienia pracy w trakcie Meczów Rozgrywek PGNiG Superligi przedstawiciele mediów powinni zapoznać się z Regulaminem Medialnym Superligi i stosować się do jego zasad.

XIV. AGENCJA INFORMACJI SUPERLIGI

Kluby są zobligowane do publikacji informacji prasowych poprzez AIS w sposób następujący:

- a) Relacje tekstowe z meczów, kiedy klub jest gospodarzem, zawierające opis meczu w ciągu 60 minut od zakończenia meczu
- b) Fotorelacje zawierające minimum 5 zdjęć dobrej jakości, kiedy klub jest gospodarzem, w ciągu 60 minut od zakończenia meczu
- c) Plik audio z wypowiedziami pomeczowymi zawodników/trenerów w dobrej jakości, kiedy klub jest gospodarzem, w ciągu 60 minut od zakończenia meczu
- d) Plik video z wypowiedziami pomeczowymi zawodników/trenerów, w dobrej jakości, kiedy klub jest gospodarzem meczu, w ciągu 60 minut od zakończenia meczu
- e) Informacje prasowe zwykle niezwłocznie po pojawieniu się w kanałach komunikacji klubu
- f) Komunikaty prasowe niezwłocznie po pojawieniu się w kanałach komunikacji klubu, o ile nie wymagają wcześniejszej akceptacji Superligi

Wszystkie pliki zamieszczane w AIS powinny być opisywane według wzoru:

- a) Pliki foto: NRSERII_GospodarzVSGoscie_FOT1,2,3,4
- b) Pliki audio: NRSERII_GospodarzVSGoscie_nazwisko_1,2,3,
- c) Plik video: NRSERII_GospodarzVSGoscie_nazwisko_1,2,3,

Za treści pojawiające się w AIS odpowiedzialność biorą Kluby. Wszelkie treści o negatywnym wydźwięku lub działające na szkodę Superligi będą niezwłocznie usuwane przez administratora, a wobec Klubu będą wyciągane konsekwencje.

XV. USTALENIA KOŃCOWE

1. Wszelkie sprawy nie opisane w niniejszym Regulaminie będą każdorazowo rozstrzygane przez Superligę.
2. Prawo interpretacji postanowień Regulaminu przysługuje wyłącznie Zarządowi Superligi.

Regulamin marketingowy rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018

Wstęp

Poniższy regulamin przewiduje wszystkie sytuacje związane z powierzchnią reklamową obowiązującą w sezonie 2017/2018 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. Koszt przygotowania materiałów dla Sponsorów Superligi pokrywa Superliga. Przygotowanie materiałów dla Sponsorów klubowych pokrywany jest przez Kluby. 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 2017/2018 (dalej: Regulamin) obowiązują wszystkie kluby uczestniczące w rozgrywkach PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018,
- 1.2 Regulamin stosuje się do wszystkich meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018,
- 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 2017/2018 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,
- 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 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 Superliga Sp. z o.o. może wezwać Klub do wyczyszczenia lub naprawy materiałów reklamowych, jeśli ich stan tego wymaga. W przypadku uszkodzenia materiałów reklamowych z winy Klubu, koszt wymiany ponosi Klub. Produkcja 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 dalszej 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 dalszej linii bocznej boiska o wymiarach 6m x 1m (pole: 5, Grafika 1), ekspozycja bandy z logo PGNiG Superligi,
- c) Cztery bandy reklamowe znajdujące się wzdłuż bliższej linii bocznej boiska o wymiarach 4,5m x 1m (pole: 1c, 2c, 12c, 13c, Grafika 1),
- d) Cztery naklejki, po dwie na stronę przy linii końcowej boiska o wymiarach 3m x 1m (pole: 8a, 9a, 8b, 9b, Grafika 1), ekspozycja:
 - 8a, 8b – Kempa,
 - 9a – wp.pl,
 - 9b – wolne,
- e) Dwie Naklejki, po jednej na stronę w bramkach o wymiarach 3m x 1m (pole: 7a, 7b, Grafika 1),
- f) Dwa stojaki na Oficjalny Napój przy bliższej linii bocznej boiska o wymiarach 0,5m x 1,5m (pole: 3c, 11c, Grafika 1),
- g) Dwa stojaki na Oficjalną Piłkę przy bliższej linii bocznej boiska o wymiarach 0,5m x 1,5m (pole: 6c, 8c, Grafika 1),
- h) Branding stolika sędziowskiego przy bliższej linii bocznej boiska o wymiarach 3m x 1m (pole: 7c, Grafika 1), 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),

3.1.2 Ekspozycja reklamowa na ławkach rezerwowych (pole: 4c, 5c, 9c, 10c, Grafika 1), 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),
- 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),
- c) Dwie naklejki, po jednej na stronę, przy krótszej linii boiska o wymiarach 5m x 1m (pole: 6a, 6b, Grafika 1).

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 1), 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 1), ekspozycja:
 - 3d – Select,
 - 8d – Suzuki,
- c) 4d, 9d – PGNiG, Oficjalna piłka meczowa.

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 1),
- 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 1),
- c) Naklejka w kole środkowym o średnicy 3m (pole: 7d, Grafika 1).

3.3 Bannery wiszące

3.3.1 Ekspozycja bannerów zgodnie z załącznikiem nr 1 - manual_brandingu_hal

3.3.2 Obowiązkowym jest umieszczenie logo PGNiG i Superligi w każdej hali według indywidualnych ustaleń,

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 skonstruowane 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 obrandowanie stolika sędziowskiego.

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 (za wyjątkiem klubów, które posiadają własny system band LED),

3.5.3 Całkowity wymiar band LED to 34x1m,

3.5.4 Specyfikacja do przygotowania materiałów na bandy LED to: 144x576 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 nie telewizyjnego jeśli klub używa band elektronicznych):

a) Superliga – 26 minut ekspozycji reklamowej łącznie podczas meczów transmitowanych w telewizji oraz meczów nie TV na meczach kiedy klub używa band oraz 5 minut przed rozpoczęciem meczu, i 5 minut po zakończeniu meczu do podziału między Partnerów i Sponsorów Superligi:

- 8 minut PGNiG – podczas całego meczu,
- 5 minut Suzuki – podczas całego meczu,
- 6 minut Kempa – podczas całego meczu,
- 1 minuta Select – po 30 sekund po rozpoczęciu meczu oraz po rozpoczęciu drugiej połowy,
- 1 minuta Wp.pl – na początku pierwszej połowy i na początku drugiej połowy,
- 5 minut – reszta czasu do dyspozycji Superligi na autoreklamę bądź wskazanych sponsorów 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 Ogólne informacje dotyczące powyższej ekspozycji:

- 3.6.1 Schemat rozmieszczenia elementów reklamowych używanych przez Superligę oraz Kluby podczas meczów Rozgrywek Superligi nietransmitowanych w telewizji został przedstawiony na Grafice 1.
- 3.6.2 Schemat rozmieszczenia elementów reklamowych używanych przez Superligę oraz Kluby podczas meczów Rozgrywek Superligi transmitowanych w telewizji został przedstawiony na Grafice 2.
- 3.6.3 Naklejki reklamowe na parkiet, bandy statyczne oraz materiały na bandy LED partnerów Superligi dostarcza Superliga,
- 3.6.4 Naklejki reklamowe na parkiet muszą być eksponowane na każdym meczu. Banda reklamowa 5 i 7c musi być eksponowana podczas każdego meczu (nawet meczu telewizyjnego), banda reklamowa 2 i 8 muszą być eksponowane podczas meczów nie telewizyjnych,

- 3.6.5 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,
- 3.7 Powierzchnia bramki meczowej (siatka bramki oraz konstrukcja bramki) przeznaczona jedynie dla Sponsorów i Partnerów Superligi:
- 3.7.1 Naklejki reklamowe na bramkę oraz siatkę z reklamą sponsora dostarcza Superliga,
- 3.7.2 Naklejki reklamowe na bramce muszą być eksponowane na każdym meczu.

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,
- 3 minuty - PGNiG Superliga
 - 7 minut - reszta czasu do dyspozycji Superligi na autoreklamę bądź wskazanych sponsorów
- 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, według wzoru przedstawionego na Grafice 3.
- b) Stojak na Oficjalną Piłkę Superligi – konstrukcja boiskowa o wymiarach 0.5m x 0.5 m x 1.5m, na której znajduje się Oficjalna Piłka Superligi, ustawiona na środku parkietu podczas ceremonii wejścia na boisko zawodników. Grafika 4 przedstawia Oficjalny stojak na piłkę, Grafika 5 przedstawia ustawienie stojaka,
- 4.2.4 Zdjęcie ułożenia obu elementów przy prezentacji:
- 4.2.5 Bramę wyjściową i stojak na piłkę dostarcza Superliga,

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 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 w każdej chwili może poinformować klub, że musi on zwrócić przekazaną powierzchnię,
 - 4.3.4 Wszystkie ścianki oraz ewentualne naklejki reklamowe partnerów Superligi dostarcza Superliga,
 - 4.3.5 Wszystkie 3 ścianki muszą być eksponowane podczas każdego meczu,
 - 4.3.6 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 konferencyjna – ścianka sponsorska o wymiarach 3m x 1,4m przeznaczona do wywiadów w miejscu wyznaczonym do konferencji prasowej, zgodna ze wzorem przedstawionym na Grafice 6.

4.4.1 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 Tytularnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 6,
- b) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logotyp Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 6. Ekspozycja sponsorów zgodnie z wizualizacją na Grafice 6,
- c) Prawo do zamieszczania 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy Partnerów Superligi w obszarach określonych na Grafice 6. Ekspozycja sponsorów zgodnie z wizualizacją na Grafice 6.

Pola reklamowe do wykorzystania przez Kluby:

- a) Prawo do zamieszczania 18 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 6

- b) Prawo do zamieszczania 24 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 6,
 - c) Prawo do zamieszczania 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 6.
- 4.5 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 7,
- 4.5.1 Ścianka do wywiadów TV musi być wykonana z przezroczystego materiału i nie może zawierać tła,
 - 4.5.2 Kluby mają obowiązek ustawić Ściankę do wywiadów w TV na hali w miejscu pozwalającym na swobodne przeprowadzenie wywiadów telewizyjnych,
 - 4.5.3 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 7,
- b) Prawo do zamieszczenia 8 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logotyp Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 7. Ekspozycja sponsorów zgodnie z wizualizacją na Grafice 7,
- c) Prawo do zamieszczania 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy Partnerów Superligi w obszarach określonych na Grafice 7. Ekspozycja sponsorów zgodnie z wizualizacją na Grafice 7,

Pola reklamowe do wykorzystania przez Kluby:

- a) Prawo do zamieszczania 12 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 7,
 - b) Prawo do zamieszczenia 16 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 7,
 - c) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 7.
- 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 8.

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 Tytularnego zgodnie z wizualizacją na Grafice 8,

b) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 8cm przedstawiających logotyp Partnera Premium w obszarach określonych na Grafice 8. Ekspozycja sponsorów zgodnie z wizualizacją na Grafice 8,

c) Prawo do zamieszczania 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy Partnerów Superligi w obszarach określonych na Grafice 8. Ekspozycja sponsorów zgodnie z wizualizacją na Grafice 8,

Pola reklamowe do wykorzystania przez Kluby:

a) Prawo do zamieszczania 18 pól sponsorskich o wymiarach 19 cm x 10cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w Grafice 8,

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

c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 12cm x 6 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 8.

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 Tytularnego we wszystkich odmianach gramatycznych,

- b) Zarządzania logo Rozgrywek wykorzystujące Logo Sponsora lub wskazanego przez Sponsora produktu, oferty i prawo wykorzystania Logo w celach marketingowych i wizerunkowych,
- c) Zarządzania wspólnym logo Rozgrywek z herbami Klubów i prawo do jego wykorzystania do celów marketingowych i wizerunkowych,
- d) Zarządzania wspólnym logo Rozgrywek z claimem promującym rozgrywki i prawo do wykorzystania 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 organizacji i dbania o prawidłowy przebieg ceremonii wejścia na boisko zawodników podczas meczów Superligi zgodnie ze scenariuszem opracowanym przez Superligę. Scenariusz ceremonii stanowi załącznik nr 2 – Ceremonia rozpoczęcia meczu
- b) Na każdym meczu transmitowanym przez oficjalnego partnera medialnego do oprawy meczu musi być zatrudniony profesjonalny spiker oraz Dj.
- 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 mająca ciekawą historię. Wskazanie osoby musi nastąpić 7 dni przed meczem z tym, 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” oraz wręczenia nagrody przez wydelegowaną osobę Sponsora,
- j) Przeprowadzenia konkursów z udziałem publiczności przed meczem i w przerwie meczu, jeśli taki konkurs nie zostanie zrobiony 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 kostiumu i pracy animatora ponosi Klub,
- l) Umieszczania Logo „Rozgrzewamy Polskie Serca” na strojach moppersów.

6.3 Prawo do nabycia biletów przez 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 do 7 dni przed rozpoczęciem meczu przez Superligę:
- b) do 100 biletów zwykłych na każdy mecz w ramach Rozgrywek PGNiG Superligi w przypadku zgłoszenia takiej potrzeby przez Superligę do 7 dni przed rozpoczęciem meczu:
- c) Puli do 4 biletów na mecze Klubów Superligi w rozgrywkach kontynentalnych i oficjalnych meczach międzynarodowych, w miarę dostępnych zasobów.

6.3.2 Dodatkowo Partner Tytularny Superligi posiada prawo do:

- a) Dostępu w miarę możliwości do łóż VIP w halach posiadających łoża VIP na meczach Superligi,
- b) Eleganckich oznaczeń miejsc z puli VIP z etykietami zawierającymi logo Sponsora na meczach Superligi.

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 koszulek i piłek z autografami wszystkich zawodników z każdego Klubu – po 2 z każdego Klubu,
- c) Otrzymania pakietu gadżetów z każdego Klubu – po 10 z każdego Klubu,

- d) Wykorzystywania herbów klubów Superligi do celów marketingowych, wizerunkowych i komunikacji.

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, media guid, 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 i być o 20% większe niż logo najważniejszego sponsora klubowego.

6.5.3 Wszystkie materiały poligraficzne powinny zostać przesłane do akceptacji ligi. Liga ma 7 dni na zaakceptowanie lub przekazanie uwag. Dopuszczane są odstępstwa od powyższych zapisów jednak wymagają one każdorazowej akceptacji ligi.

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) Media Guide – wydany w formie elektronicznej lub wydrukowanej informacji o klubie i drużynie zawierające informacje o zawodnikach (dane i statystyki), klubie, zarządzie, dane kontaktowe, terminarz rozgrywek, informacje o partnerach medialnych, hali, maskotce, zespole cheerleaders, historii klubu. Media Guide musi zostać darmowo udostępniony wszystkim dziennikarzom akredytowanym przy klubie oraz posiadającym akredytację.
- c) 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 w pasku sponsorskim na stronie internetowej każdego Klubu,
- d) Umieszczania Logo i nazwy Rozgrywek w kanałach social media Klubów,
- e) Umieszczania Logo i nazwy Rozgrywek wraz z herbami uczestniczących Klubów w stopkach mailowych pracowników oraz papeterii Superligi.

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

10. Postanowienia końcowe

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,
2. Brak wykonania lub nienależyte wykonanie przez Kluby obowiązków lub świadczeń sponsorskich lub reklamowych określonych w Regulaminie stanowi przewinienie dyscyplinarne,
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 w każdej chwili może poinformować klub, że musi on zwrócić przekazaną powierzchnię,
4. Jeśli klub zmienia logo musi sam na własny koszt wyprodukować wszystkie materiały obowiązkowe na dany sezon. Wszystkie sprawy nieokreślone w Regulaminie będą rozstrzygane każdorazowo przez Superligę Sp. z o.o.,
5. Prawo interpretacji postanowień niniejszego Regulaminu przysługuje wyłącznie Zarządowi Superligi Sp. z o.o.

Załączniki:

- a) Załącznik nr 1 – Grafiki

Regulamin strojów meczowych rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018

I. Podstawowe zasady

1. Zakres zastosowania regulaminu

- 1.1 Przepisy Regulaminu strojów meczowych rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018 (dalej: Regulamin) obowiązują wszystkie kluby, uczestniczące w rozgrywkach PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018.
- 1.2 Regulamin stosuje się do wszystkich meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek PGNiG Superligi w sezonie 2017/2018.
- 1.3 Przepisy Regulaminu określają wymogi dotyczące wyglądu koszulek, spodenek i innych elementów odzieży sportowej (dalej: stroje meczowe), używanych przez drużyny klubów podczas meczów rozgrywek PGNiG Superliga w sezonie 2017/2018.
- 1.4 Integralną częścią Regulaminu jest załącznik „Numery na koszulkach. Manual”. Dokument ten określa podstawowe zasady wykorzystania elementów graficznych przy zachowaniu jednolitego systemu identyfikacji wizualnej.

2. Zasada obowiązująca

Nie jest dopuszczalne wykorzystywanie strojów meczowych niezgodnych z przepisami Regulaminu.

3. Procedura zatwierdzająca stroje meczowe

- 3.1 Stroje meczowe wykorzystywane w rozgrywkach PGNiG Superliga wymagają każdorazowego zatwierdzenia przez Superligę Sp. z o.o. O fakcie zatwierdzenia strojów meczowych kluby będą informowane w formie pisemnej.
- 3.2 Wyłącznie Superliga Sp. z o.o. (dalej: Superliga) jest upoważniona do akceptacji wyglądu strojów meczowych w rozgrywkach PGNiG Superligi.
- 3.3 Kluby zobowiązane są do przekazania do akceptacji Superligi kompletu strojów meczowych składający się z:
 - a) Strój pierwszego wyboru (koszulka, spodenki), w tym strój bramkarski,
 - b) Strój drugiego wyboru (koszulka, spodenki), w tym strój bramkarski.
- 3.4 Decyzja o akceptacji lub braku akceptacji strojów meczowych, będzie podejmowana przez Superligę na podstawie zasad określonych w Regulaminie.
- 3.5 Akceptacja strojów meczowych przez Superligę jest ostateczna.

II. Kolorystyka strojów meczowych, numery i nazwiska zawodników

4. Kolory strojów meczowych

- 4.1 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).
- 4.2 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.

5. Numery zawodników

- 5.1 W rozgrywkach PGNiG Superligi stosuje się wyłącznie numery zawodników z przedziału od 1 do 99.
- 5.2 Numery na strojach meczowych powinny być jednobarwne i zapisane czcionką Raleway ExtraBold.
- 5.3 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.
- 5.4 Numery muszą być wolne od znaków reklam sponsora oraz znaków producenta.
- 5.5 Numer zawodnika o wysokości 85 mm powinien zostać umieszczony na przodzie koszulki meczowej w prawej części. Szerokość numeru zawodnika nie powinna przekraczać 126 mm w układzie dwucyfrowym.
- 5.6 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.
- 5.7 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.

6. Nazwiska zawodników

- 6.1 Celem lepszej identyfikacji zawodników biorących udział w meczach rozgrywek PGNiG Superligi, kluby zobowiązane są do umieszczania nazwisk zawodników w górnej części pleców koszulek meczowych.
- 6.2 Nazwisko zawodnika musi znajdować się bezpośrednio nad numerem.

6.3 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.

6.4 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

7. Symbole identyfikacji klubowej

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

7.1.1 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.

7.1.2 Herb miasta:

- a) Herb miasta umieszczony na przodzie koszulki meczowej w prawej części. Herb miasta nie powinien przekraczać 120 mm wysokości i 100 mm szerokości.
- b) Nie stosuje się ograniczeń, co do kształtu herbu miasta.

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

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

8.1 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.

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

8.3 Symbol flagi państwowej powinien zostać umieszczony na lewym rękawku koszulki meczowej. Szerokość flagi państwowej powinna być tożsama z szerokością Logo Rozgrywek PGNiG Superligi i mieć 100 mm.

8.4 Symbol NC+ powinien zostać umieszczony na prawym rękawku koszulki meczowej pod logo obchodów 100 lecia piłki ręcznej.

8.5 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

9. Ograniczenia reklamowe

- 9.1 Dozwolone jest umieszczanie na strojach meczowych oznaczeń reklamowych z wyłączeniem treści zakazanych przez prawo powszechne oraz wszelkich treści politycznych, religijnych, treści dyskryminujących jakiejkolwiek osoby lub grupy oraz wszelkie inne, uznawane powszechnie za obraźliwe.
- 9.2 Logo producenta strojów powinno znaleźć się na przedzie koszulki meczowej.
- 9.3 Nie jest dozwolone umieszczanie treści reklamowych na rękawkach koszulek meczowych.
- 9.4 Treści reklamowe i inne oznaczenia na strojach meczowych powinny być umieszczane każdorazowo z zachowaniem odległości nie mniejszej niż 30 mm pomiędzy nimi.
- 9.5 Sposób umieszczenia wszelkich treści reklamowych na strojach meczowych wymaga zatwierdzenia przez Superligę w ramach procedury akceptacji strojów meczowych.
- 9.6 Reklamy na spodenkach mogą być umieszczane jedynie w przedniej części.
- 9.7 Dokładne rozmieszczenie powierzchni reklamowych prezentuje załącznik „Manual strojów meczowych”.