

REGULAMIN MARKETINGOWY

rozgrywek LOTTO SuperLIGA w sezonie 2024

§ 1

Niniejszy Regulamin marketingowy określa ogólne zasady dotyczące ekspozycji treści reklamowych przez wszystkie podmioty uczestniczące w rozgrywkach ligowych LOTTO SuperLIGA 2024 czyli rozgrywkach o Drużynowe Mistrzostwo Polski w tenisie w roku 2024, zwanych dalej Rozgrywkami lub LOTTO SuperLIGA.

§ 2.

1. Kluby zobowiązane są realizować świadczenia sponsorskie i reklamowe, inne obowiązki oraz ograniczenia określone w treści Regulaminu i zgodnie z jego wytycznymi. Wszelkie odstępstwa od niniejszego Regulaminu możliwe są wyłącznie w drodze indywidualnych uzgodnień pomiędzy Zarządem SuperLIGA S.A. a zainteresowanymi podmiotami i wymagają formy pisemnej.
2. Zabronione jest reklamowanie i promowanie produktów lub usług, których reklama jest zakazana przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa polskiego lub jest sprzeczna z interesem SuperLIGA. W przypadku obowiązywania ograniczeń w dopuszczalności reklamy i promocji produktów lub usług oraz informowania o sponsorowaniu przez określone podmioty, wszystkie podmioty zobowiązane są ściśle przestrzegać tych ograniczeń.
3. Zabronione jest postępowanie się w reklamie, działaniach promocyjnych lub działaniach informowania o sponsorowaniu hasłami lub rysunkami, które są zakazane przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa polskiego lub są sprzeczne z interesem SuperLIGA, nadto mogą mieć wydźwięk polityczny, religijny lub rasistowski, bądź podobny, jak również wszelkimi hasłami lub rysunkami uznawanymi powszechnie za niestosowne lub obraźliwe.
4. SuperLIGA S.A. wyprodukuje i przekaze komplet materiałów brandingowych dedykowanych na obiekt każdego Klubu. Klub zobowiązany jest przed rozpoczęciem sezonu do instalacji zgodnie z przekazanymi wytycznymi, dbania o schludny i estetyczny wygląd powierzonych materiałów / reklam sponsorów podczas całego sezonu oraz do należytego i bezpiecznego przechowywania materiałów reklamowych zgodnie z zaleceniami producentów i SuperLIGA S.A.

§ 3.

SuperLIGA S.A. może zobowiązać Klub do podjęcia prac konserwacyjnych i/lub naprawy materiałów reklamowych (nośników reklamowych), jeżeli ich stan tego wymaga. W przypadku uszkodzenia materiałów reklamowych z winy Klubu, SuperLIGA S.A. może zobowiązać Klub do wymiany nośnika reklamowego na jego koszt na nowy lub zobowiązać Klub do poniesienia kosztów naprawy nośnika i przywrócenia stanu poprzedniego. Produkcja takiego nośnika musi zostać wykonana według przekazanej specyfikacji, w której został on uprzednio wyprodukowany.

§ 4.

1. Ustala się następujące zasady dotyczące przestrzeni reklamowej wokół kortu meczowego oraz na korcie meczowym:
 - 1) przestrzeń reklamowa wokół kortu meczowego na krótkich bokach kortu na czas rozgrywek jest w całości własnością SuperLIGA S.A. i pozostaje do wyłącznego zarządzania przez SuperLIGA S.A. W sezonie 2024 dopuszcza się możliwość przekazania do zarządzania na rzecz Klubu Gospodarza nie więcej niż 50% przestrzeni reklamowej na każdym krótkim boku. Każdorazowo, Gospodarz Rozgrywek winien uzyskać od Zarządu SuperLIGA S.A. zgodę na piśmie (lub w drodze korespondencji e-mail) na przekazanie powierzchni reklamowej, o której mowa powyżej. Logotyp rozgrywek umieszczony na środku każdego krótkiego boku nie wchodzi w podział przestrzeni. Projekt brandingu wraz z propozycją ilości logotypów oraz ich umiejscowieniem zostanie przedstawiony przez SuperLIGA S.A. najpóźniej do dnia 30.04;
 - 2) przestrzeń reklamowa wokół kortu meczowego na długich bokach kortu na czas rozgrywek jest w całości własnością SuperLIGA S.A. i pozostaje do wyłącznego zarządzania przez SuperLIGA S.A. W sezonie 2024 przestrzeń reklamowa na długich bokach kortu podzielona jest do ekspozycji na przemienne w proporcjach 50% - SuperLIGA S.A., 50% - Klub Gospodarz. W przypadku, jeśli Klub Gospodarz posiada bandy led na długich prostych kortu, przestrzeń do ekspozycji dzielimy według zasady: 100% - SuperLIGA S.A. wymiennie na 100% - Klub Gospodarz. Czas wyświetlania powinien być zaplanowany według podziału 50% - SuperLIGA S.A., 50% - Klub Gospodarz. Projekt brandingu wraz z propozycją ilości logotypów oraz ich umiejscowieniem zostanie przedstawiony przez SuperLIGA S.A. najpóźniej do dnia 30.04;
 - 3) przestrzeń reklamowa na korcie meczowym jest w całości własnością SuperLIGA S.A. i pozostaje do wyłącznego zarządzania przez SuperLIGA S.A. W sezonie 2023 r. przestrzeń reklamowa:
 - na siatce zarezerwowana jest dla Sponsorów Tytułarnych oraz Sponsorów Głównych rozgrywek,
 - na lodówkach oraz innych pojemnikach na napoje stojących w obrębie kortów meczowych, jednakże dopuszcza się możliwość umieszczenia logotypu Sponsora Klubu za uprzednią pisemną zgodą Zarządu SuperLIGA S.A.,
 - parasolach i stołkach sędziowskich w obrębie kortów meczowych, jednakże dopuszcza się możliwość umieszczenia logotypu Sponsora Klubu za uprzednią pisemną zgodą Zarządu SuperLIGA S.A.,
 - na ławkach zawodników, jednakże dopuszcza się możliwość umieszczenia logotypu Sponsora Klubu za uprzednią pisemną zgodą Zarządu SuperLIGA S.A.,
 - każda inna forma ekspozycji zawsze wymaga wcześniejszego uzgodnienia z Zarządem SuperLIGA S.A. i zatwierdzenia w formie pisemnej.
2. Podział przestrzeni Klubu Gospodarza będzie przedmiotem indywidualnych ustaleń pomiędzy Zarządem SuperLIGA S.A. oraz Klubem. Ustalenia te winny zostać potwierdzone na piśmie.
3. Kluby zobowiązane są każdorazowo do rozstawiania wszelkich nośników marketingowych SuperLIGA S.A. oraz jej Sponsorów i Partnerów na własny koszt i ryzyko zgodnie z każdorazowym zapotrzebowaniem dla poszczególnych rozgrywek po uprzedniej konsultacji z SuperLIGA S.A.

§ 5.

Ustala się następujące zasady dotyczące przestrzeni reklamowej na odzieży sportowej zawodników oraz sztabów reprezentujących Kluby w obrębie kortów meczowych:

- 1) KLUBOWY DRES MECZOWY – oficjalny logotyp rozgrywek o powierzchni łącznej 40 centymetrów kwadratowych należy umieścić na lewej piersi, chyba że w tym miejscu znajduje się logotyp producenta odzieżowego, wówczas oficjalny logotyp rozgrywek powinien zostać umieszczony na prawej piersi. Pozostała powierzchnia z zachowaniem zasad pola ochronnego logotypów należy do wyłącznej dyspozycji Klubów;
- 2) KOSZULKA MECZOWA – oficjalny logotyp rozgrywek o powierzchni łącznej 40 centymetrów kwadratowych należy umieścić na lewej piersi, chyba że w tym miejscu znajduje się logotyp producenta odzieżowego, wówczas oficjalny logotyp rozgrywek powinien zostać umieszczony na prawej piersi. Pozostała powierzchnia z zachowaniem zasad pola ochronnego logotypów należy do wyłącznej dyspozycji Klubów.

§ 6.

Ustala się następujące ogólne zasady dotyczące komunikacji i promocji rozgrywek:

- 1) Klub i wszystkie podmioty zobowiązane do stosowania Regulaminu zobowiązani są do aktywnego udziału we wszystkich akcjach/kampaniach promocyjnych oraz działaniach medialnych organizowanych przez SuperLIGĘ S.A. (w tym jej Partnerów Medialnych) mających na celu promocję oraz relacjonowanie przebiegu rozgrywek;
- 2) SuperLIGA S.A. przygotuje i przekaze Klubom zestaw materiałów marketingowych wraz z wytycznymi co do sposobów korzystania z nich (grafiki social media, plakaty, banery, informatory, materiały promocyjne).

§7.

1. W przypadku niewywiązania się Klubu z zapisów niniejszego Regulaminu Marketingowego, SuperLIGA S.A. ma prawo nałożyć na Klub karę finansową.
2. Podstawą do nałożenia kary będzie raport Delegata stwierdzający rodzaj i skutek naruszenia zweryfikowany przez Supervisora.
3. Wysokość jednostkowej kary finansowej nałożonej przez SuperLIGĘ S.A. na rzecz Klubu nie może przekroczyć kwoty 10.000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych 00/100).

§ 8.

1. Niniejszy Regulamin marketingowy obowiązuje na sezon 2024.
2. Przepisy niniejszego Regulaminu marketingowego mają zastosowanie do wszystkich Klubów uczestniczących w rozgrywkach LOTTO SuperLIGI, prowadzonych przez spółkę SuperLIGA S.A. (zwanymi dalej łącznie „Klubami” lub każdy z osobna „Klubem”), chyba że z odrębnych przepisów SuperLIGI S.A. wynika inaczej.
3. Prawo interpretacji niniejszego Regulaminu marketingowego przysługuje Zarządowi SuperLIGI S.A., który zastrzega sobie możliwość zmiany Regulaminu marketingowego zarówno w trakcie sezonu, jak i poza nim. Każdorazowo o zmianach i terminie ich wejścia w życie SuperLIGA S.A. będzie informować Kluby z co najmniej 7-dniowym terminem wyprzedzenia.