

Regulamin Marketingowy

Zasady regulujące pracę zespołów marketingowych, branding stadionowy oraz warunki techniczno-produkcyjne niezbędne do realizacji kontraktów marketingowych i przeprowadzenia transmisji z Rozgrywek o Mistrzostwo Ekstraklasy w sezonie 2021/2022

Na podstawie art. 35.5 w związku z art. 35.1 Regulaminu Rozgrywek Piłkarskich o Mistrzostwo Ekstraklasy na sezon 2021/2022, zatwierdza się co następuje:

1. Zakres zastosowania

- 1.1. Szczegółowe **zasady dostępu** do poszczególnych stref na stadionie w zakresie organizacji meczów w okresie stanu zagrożenia epidemią COVID-19 i utrzymania funkcjonowania **Strefy Zero** do zakończenia sezonu 2021/2022 określa odrębny dokument Zasady Organizacji Meczów.
- 1.2. Do końca sezonu 2021/22 lub do odwołania ustala się następujące strefy na stadionach (zgodnie z grafiką nr 1):
 - 1.2.1 Strefa Zero (0) - oznacza strefę boiska, strefę techniczną, strefę brzegu boiska, wyjście na murawę, szatnie, korytarz do szatni oraz wszelkie miejsca, w których mogą przebywać zawodnicy oraz sztaby trenerskie w trakcie zawodów, w tym drogi dojścia od autokarów, do szatni oraz drogi powrotne.
 - 1.2.2 Strefa Jeden (1) - oznacza Strefę Wozów oraz Trybunę TV (co do zasady powinna być to dotychczasowa trybuna dla prasy, zlokalizowana w centralnym punkcie trybuny głównej, na wyższym poziomie oraz drogi dojścia i oddzielne wejście do Strefy 1, na poziomie murawy, zlokalizowane co do zasady w lewym, dolnym rogu boiska grafiki sytuacyjnej dla obiektu sportowego).
 - 1.2.3 Strefa Druga (2) – obejmuje Trybunę dla Prasy oraz inne trybuny - miejsca dostępne dla osób obecnych na stadionie zgodnie z odrębnymi przepisami prawa powszechnego. Do Strefy 2 należą też stanowiska foto, które mogą znajdować się na trybunach za bramkami lub mogą być wyznaczone w innym miejscu w Strefie 2, wskazanej przez Klub.
 - 1.2.4 Strefa Trzecia (3) – obejmuje wszystkie miejsca poza bryłą stadionu, do granicy terenu imprezy masowej (w standardowych warunkach organizacji zawodów), co do zasady do zewnętrznego ogrodzenia obiektu.

Opis: Grafika nr 1 prezentująca standardowe strefy boiska, na których obowiązują stosowne ograniczenia uprawnień do przebywania i poruszania się, objętych niniejszym Regulaminem.



- 1.3. Niniejsze przepisy (zwane dalej „Regulaminem”) mają zastosowanie do wszystkich Klubów uczestniczących w rozgrywkach najwyższej klasy rozgrywkowej w piłkę nożną, prowadzonych przez Ekstraklasę S.A. (zwanych dalej łącznie „Klubami” lub każdy z osobna „Klubem”) chyba, że z odrębnych przepisów Ekstraklasa S.A. wynika inaczej.
- 1.4. Kluby zobowiązane są realizować świadczenia sponsorskie i reklamowe, inne obowiązki oraz ograniczenia określone w treści Regulaminu, zgodnie z wytycznymi przedstawionymi w poszczególnych jego punktach. Regulamin niniejszy stanowi nadrzędną regulację w tym zakresie.

2. Ogólne zasady dotyczące ekspozycji treści reklamowych przez Kluby

- 2.1. Zabronione jest reklamowanie i promowanie produktów lub usług, których reklama jest zakazana przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa. W przypadku obowiązywania ograniczeń w dopuszczalności reklamy i promocji produktów lub usług oraz informowania o sponsorowaniu przez określone podmioty, Kluby zobowiązane są ściśle przestrzegać tych ograniczeń.
- 2.2. Zabronione jest posługiwanie się w reklamie, działaniach promocyjnych lub działaniach informowania o sponsorowaniu hasłami lub rysunkami, które są zakazane przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa, mogą mieć wydźwięk polityczny, religijny lub rasistowski, bądź podobny, jak również wszelkimi hasłami lub rysunkami uznawanymi powszechnie za niestosowne lub obraźliwe.
- 2.3. Klub zobowiązany jest do dbania o schludny i estetyczny wygląd reklam sponsorów podczas meczów oraz do należytego i bezpiecznego przechowywania materiałów reklamowych zgodnie z zaleceniami producentów.
- 2.4. Ekstraklasa S.A. może wezwać Klub do wyczyszczenia lub naprawy materiałów reklamowych, jeżeli ich stan tego wymaga. W przypadku ich uszkodzenia z winy Klubu, Ekstraklasa S.A. może wezwać

Klub do wymiany nośnika reklamowego na nowy na jego koszt. Produkcja takiego nośnika musi zostać wykonana według przekazanej specyfikacji, w której został on uprzednio wyprodukowany.

- 2.5. Ze względu na ograniczenia związane z przygotowaniem obiektów do rozegrania poszczególnych meczów (realizacja TV, przyjazd drużyn, rozgrzewki), dla wszystkich nośników stadionowych **z wyłączeniem band LED** (patrz pkt. 3.2.6.) ustala się czas montażu, który określa dokument Zasady Rozgrywania Meczów.

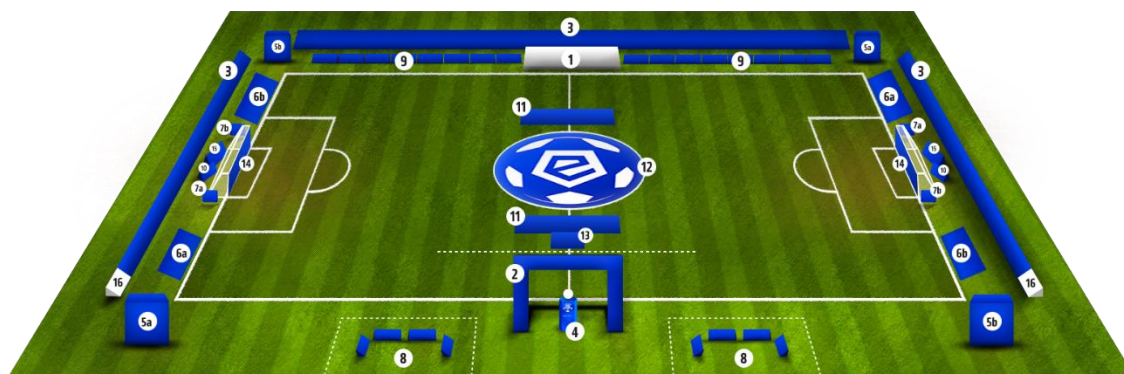
3. Zasady dotyczące przestrzeni reklamowej wokół boiska

3.1. Zasady ogólne

Przestrzeń reklamowa wokół boiska obejmuje następujące nośniki:

- banda centralna z logotypem rozgrywek,
- bandy LED,
- koło centralne (przed meczem oraz w przerwie),
- dywan PKO BP nad kołem centralnym (przed meczem oraz w przerwie),
- dywan LOTTO pod kołem centralnym (przed meczem oraz w przerwie),
- tablica LOTTO przed składami
- brama wejściowa,
- kubiki reklamowe w narożnikach boiska,
- reklamy 3D zlokalizowane przy bramkach,
- reklamy za bramką (tzw. jamniki),
- reklamy za bramką (tzw. tablice),
- reklamy przy bramce (tzw. galpy),
- zasłony na bramki
- tablice na zakończeniu band LED
- stojak na piłkę,
- reklamy przed pierwszą linią band (cała linia – tzw. jamnik),
- reklamy przy strefie technicznej ławki (linia wokół całego pola – tzw. jamnik),
- naklejki na ławkach rezerwowych (gospodarze i goście),
- ścianki prasowe (w odniesieniu do regulaminu medialnego i ustaleń z partnerami TV tj. Canal+ i TVP).

Opis: Grafika nr 2 przedstawiająca szczegółowe rozmieszczenie nośników reklamowych eksponowanych na boiskach na czas obowiązywania niniejszej wersji regulaminu:



- | | | | |
|--------------------|--------------|--|----------------------------|
| 1. Banda centralna | 5b. Kubiki | 8. Jamniki strefa techniczna | 13. Tablica przed składami |
| 2. Brama wejściowa | 6a. Dywan 3D | 9. 16 jamników (8 na stronę) | 14. Zasłona na bramki |
| 3. Bandy LED | 6b. Dywan 3D | 10. Jamniki | 15. Tablica za bramką |
| 4. Stojak na piłkę | 7a. GALP | 11. Dywany reklamowe pod i ponad kołem centralnym (przed meczem) | 16. Metka reklamowa |
| 5a. Kubiki | 7b. GALP | 12. Koło centralne (przed i w przerwie spotkań) | |

3.2. Bandy LED

- 3.2.1 Stosowanie band LED jest obowiązkowe na wszystkich meczach w ramach uczestnictwa Klubu w Rozgrywkach Ekstraklasy.
- 3.2.2 Łączna długość band LED powinna wynosić minimum 210 metrów.
- 3.2.3 Bandy LED nie mogą być niższe niż 0,8 metra i wyższe niż 1,1 metra.
- 3.2.4 Ekstraklasa na rzecz Partnera Tytularnego rozgrywek oraz na rzecz pozostałych Partnerów Oficjalnych oraz Sponsorów, a także na rzecz promocji własnej – dysponuje ekwiwalentem czasowym w postaci **15 minut** łącznie na bandach dynamicznych na każdy mecz rozgrywany w ramach Ekstraklasy. Z czasu dostępnego na bandach wyłącza się czas przed rozpoczęciem meczu, czas przerwy oraz czas po zakończeniu meczu.
- 3.2.5 Bandy LED powinny znajdować się minimum 4 metry od linii bocznych boiska oraz 5 metrów od środka linii bramkowej. Gdy pozwala na to przestrzeń pomiędzy linią boiska a lokalizacją trybun, pomiędzy bandami LED a trybunami lub innymi elementami stadionu powinna być zachowana odległość co najmniej 2,5 metra – zarezerwowana jako przestrzeń pracy kamer i operatorów Ekstraklasa Live Park (zwanej dalej: ELP).
- 3.2.6 Czynności instalacji i próbnego uruchomienia band LED muszą być wykonane na co najmniej **1 godzinę** przed rozpoczęciem instalacji kamer przez zespół realizatorów ELP. W związku z tym zaleca się instalację systemu band LED na około 6 godzin przed rozpoczęciem meczu. Ostateczny czas rozpoczęcia instalacji kamer ELP określany jest każdorazowo w planie produkcji przekazanym przez ELP do przedstawiciela Klubu gospodarza na co najmniej 24 godziny przed meczem.
- 3.2.7 W trakcie meczu do obsługi band LED dopuszcza się maksymalnie dwie osoby, które podczas ich obsługi zobowiązane są do przestrzegania zasad określonych w dokumencie Zasady Organizacji Meczów.
- 3.2.8 Bandy LED muszą być tak skonstruowane i ustawione, aby nie stwarzały zagrożenia dla żadnej z osób obecnych na stadionie, w szczególności, aby nie utrudniały ewakuacji ze stadionu.
- 3.2.9 Bandy LED muszą być skonstruowane z materiału nie zagrażającego zdrowiu i bezpieczeństwu zawodników oraz nieutrudniającego rozgrywania zawodów (np. przez zbyt intensywne odbijanie światła).
- 3.2.10 Bandy LED powinny być proste, bez zaokrągleń w żadną ze stron, a konstrukcja stelaży powinna umożliwiać eksponowanie tablic prostopadle do linii boiska.
- 3.2.11 Technologia łączeń segmentów band LED (ewentualnie statycznych) powinna umożliwiać ich rozsuwanie w dowolnych miejscach.

Grafika nr 3 - Schemat rozmieszczenia i podziału ekspozycji reklamowych przy zastosowaniu band LED:



Wyjaśnienia do grafiki:

- powierzchnie będące w posiadaniu Klubu – oznaczone kolorem żółtym;
- powierzchnie będące w dyspozycji Ekstraklasy na rzecz Partnera Tytularnego rozgrywek, Partnera Głównego oraz pozostałych Partnerów i Sponsorów Oficjalnych Ekstraklasy, lub na rzecz promocji Ekstraklasy – oznaczone kolorem czerwonym.

3.3. Bandy statyczne

- 3.3.1 W drodze wyjątku, w przypadku działania siły wyższej i braku band LED, dopuszcza się awaryjne zastosowanie band statycznych ustawionych w miejsce band LED.
- 3.3.2 W przypadku zaistnienia sytuacji awaryjnego stosowania band statycznych, Klub zobowiązany jest niezwłocznie poinformować o tym przedstawiciela Ekstraklasy (Departament Komunikacji, Marketingu i Sprzedaży).

3.4. Ceremonia wejścia na boisko

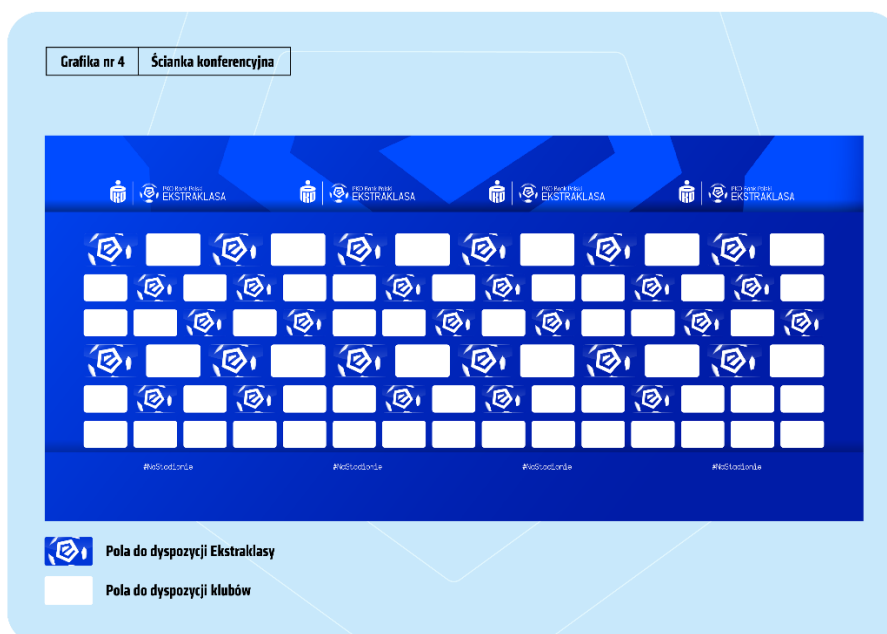
- 3.4.1 Ceremonia wejścia na boisko jako element relacji telewizyjnej z meczu, jest szczegółowo uregulowana postanowieniami Regulaminu Mediowego.
- 3.4.2 Stojak na piłkę oraz oficjalna piłka meczowa powinny być ustawione przy wyjściu z tunelu w centralnej części boiska przy linii bocznej, w bezpośrednim sąsiedztwie stref technicznych. Jeżeli wyjście zawodników na murawę znajduje się w innym miejscu – stojak powinien być ustawiony w centralnej części boiska przy linii bocznej, w bezpośrednim sąsiedztwie stref technicznych, w miejscu prezentacji składów oraz zespołu sędziowskiego.
- 3.4.3 Brama wejściowa powinna być ustawiona przy linii bocznej boiska. Wszyscy sędziowie i piłkarze muszą przez nią przejść wchodząc na boisko. Brama powinna zostać zabrana z płyty boiska w momencie przywitania zawodników przez służby techniczne w taki sposób, aby nie było to widoczne w transmisji meczu prowadzonej przez ELP. Brama powinna być przestawiona w miejsce, w którym nie będzie zasłaniała widoku boiska zarówno dla kibiców na trybunach, jak i dla kamer TV lub mediów.
- 3.4.4 Podczas wychodzenia na boisko do prezentacji składów, oficjalną piłkę meczową znajdującą się na stojaku, zabiera sędzia główny bądź jedna z osób wyprowadzających piłkarzy lub sędziów na płytę boiska.

- 3.4.5 Przed składami w trakcie prezentacji przedmeczowej eksponowana jest tablica z logotypem Partnera Ekstraklasy.
- 3.4.6 Brama wejściowa oraz stojak na piłkę są ustawiane i usuwane przez osoby wyznaczone do tej czynności przez Klub gospodarza, mające stosowne uprawnienia do przebywania w strefie zero.
- 3.4.7 Ekspozycja koła centralnego oraz dywanów nad i pod kołem:
- Przed meczem: koło oraz dywany (nad i pod) powinny być eksponowane na 20 minut przed rozpoczęciem każdego z meczów – do momentu zakończenia prezentacji drużyn. W chwili witania się obu zespołów należy niezwłocznie zdjąć koło centralne oraz dywany z murawy.
 - Podczas przerwy po zakończeniu pierwszej połowy (w momencie zejścia ostatniego piłkarza z murawy) do momentu wejścia pierwszych zawodników na murawę po przerwie
 - Koło centralne oraz dywany powinny być po ich każdorazowej ekspozycji złożone zgodnie z zaleceniami producenta, aby uniknąć uszkodzeń lub zniszczenia materiału i umieszczone poza obszarem boiska, w miejscu niewidocznym z trybun i w obrazie kamer

4. Zasady dotyczące ścianek sponsorskich

4.1. Ścianka konferencyjna i mix-zone

- 4.1.1 Klub gospodarz meczu zobowiązany jest do ekspozycji co najmniej jednej (1) ścianki sponsorskiej dostarczonej przez Ekstraklasę o wymiarach 3 m x 1,4 m, która przeznaczona jest do wszelkich wywiadów przeprowadzanych w miejscach organizacji konferencji prasowych oraz co najmniej jednej (1) ścianki sponsorskiej o wymiarach 3 m x 1,4 m która wykorzystywana jest do wszelkich wywiadów w strefie tunelu i korytarza, ścianki muszą być zgodne z wzorem przedstawionym na Grafice nr 4:



4.1.2 Podział ekspozycji logotypów na ścianie konferencyjnej i mix-zone:

- Prawo do umieszczenia co najmniej 4 oficjalnych logotypów Rozgrywek na górnej linii,
- Do dyspozycji Ekstraklasy 12 pól sponsorskich o rozmiarach 20 cm x 12 cm przedstawiających logotypy lub grafiki Partnerów w wyznaczonych miejscach, zgodnie ze wskazaniem Ekstraklasy i przedstawionym wzorem;
- Do dyspozycji Ekstraklasy 17 pól sponsorskich o rozmiarach 16 cm x 10 cm przedstawiających logotypy lub grafiki Partnerów, zgodnie ze wskazaniem Ekstraklasy i przedstawionym wzorem;
- Do dyspozycji Klubu 12 pól sponsorskich o rozmiarach 20 cm x 12 cm przedstawiających logotypy lub grafiki Partnerów lub Klubu, zgodnie ze wskazaniem Klubu i przedstawionym wzorem;
- Do dyspozycji Klubu 43 pól sponsorskich o rozmiarach 16 cm x 10 cm przedstawiających logotypy lub grafiki Partnerów lub Klubu, zgodnie ze wskazaniem Klubu i przedstawionym wzorem.

4.2. Ścianka do wywiadów TV

4.2.1 Klub gospodarz meczu zobowiązany jest do ekspozycji dwóch (2) ścianek sponsorskich dostarczonych przez Ekstraklasę o wymiarach 2 m x 1,4 m, które wykorzystywane są do wywiadów w obrębie stanowisk „flash interview”, znajdujących się w strefach wejścia na murawę oraz w strefach brzegu boiska. Wzór ścianki przedstawia grafika nr 5. Lokalizacja ścianek w strefie zero jest każdorazowo ustalana przez ELP i podawana do wiadomości Klubu wraz z planem produkcyjnym realizacji meczu.



4.2.2 Ustala się następujące zagospodarowanie ścianki do wywiadów TV / tzw. Flash Interview:

- Prawo do umieszczenia co najmniej 3 oficjalnych logotypów Rozgrywek na górnej linii oraz
- Do dyspozycji Ekstraklasy 8 pól sponsorskich o rozmiarach 20 cm x 12 cm przedstawiających logotypy lub grafiki Partnerów w wyznaczonych miejscach, zgodnie ze wskazaniem Ekstraklasy i przedstawionym wzorem,

- Do dyspozycji Ekstraklasy 12 pól sponsorskich o rozmiarach 16 cm x 10 cm przedstawiających logotypy lub grafiki Partnerów, zgodnie ze wskazaniem Ekstraklasy,
- Do dyspozycji Klubu 8 pól sponsorskich o rozmiarach 20 cm x 12 cm przedstawiających logotypy lub grafiki sponsorów Klubu lub logotypy Klubu, zgodnie ze wskazaniem Klubu,
- Do dyspozycji Klubu 28 pól sponsorskich o rozmiarach 16 cm x 10 cm przedstawiających logotypy lub grafiki sponsorów Klubu lub logotypy Klubu, zgodnie ze wskazaniem Klubu.

5. Prawa centralizowane przynależne Partnerom i Sponsorom Ekstraklasy oraz Ekstraklasie

NAZEWNICTWO I UMIESZCZENIE LOGOTYPÓW

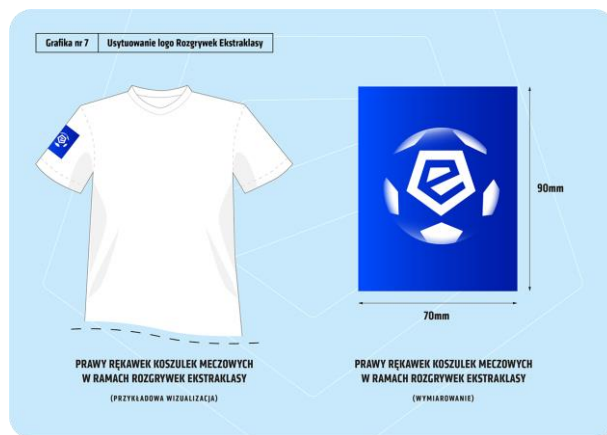
- 5.1. Umieszczenie logotypu Partnera Tytularnego w ramach oficjalnego logotypu Rozgrywek – w polu specjalnie do tego przeznaczonym według wzoru opracowanego przez Ekstraklasę oraz możliwość używania tytułów Partner Główny, Oficjalny itp. przez pozostałych Partnerów Ekstraklasy.



- 5.2. Prawo do nazwy Rozgrywek Ekstraklasy, która będzie pojawiać się w oficjalnej komunikacji dotyczącej Rozgrywek Ekstraklasy, tj.: „PKO Bank Polski Ekstraklasa” i posługiwania się nią (w języku polskim oraz angielskim), a także jej gramatycznymi i użytkowymi pochodnymi oraz wszelkimi skrótami we wszelkiej działalności marketingowej, reklamowej, promocyjnej, informacyjnej i sprzedażowej, prowadzonej przez Partnera Tytularnego w Polsce lub za granicą.
- 5.3. Prawo do posługiwania się tytułem Partnera Tytularnego, Głównego lub Oficjalnego Ekstraklasy (w języku polskim oraz angielskim), a także jego gramatycznymi i użytkowymi pochodnymi oraz wszelkimi skrótami, a także logotypem Ekstraklasy, we wszelkiej działalności marketingowej, reklamowej, promocyjnej i informacyjnej prowadzonej przez Partnerów w Polsce i za granicą.
- 5.4. Umieszczenie wskazanych przez Ekstraklasę logotypów Partnerów i Sponsorów rozgrywek na strojach meczowych zgodnie z obowiązującym Regulaminem Strojów Meczowych.
- 5.5. Uzgodnienie z Klubem umieszczenia logotypów opisanych w punkcie: 5.4. na wszystkich rodzajach replik koszulek związanych z Rozgrywkami Ekstraklasy.
- 5.6. Uzgodnienie z Klubem umieszczenia logotypów opisanych w punkcie: 5.4. na oficjalnych dresach

i kurtkach klubowych wykorzystywanych przez zawodników i klub podczas oficjalnych meczów Rozgrywek Ekstraklasy.

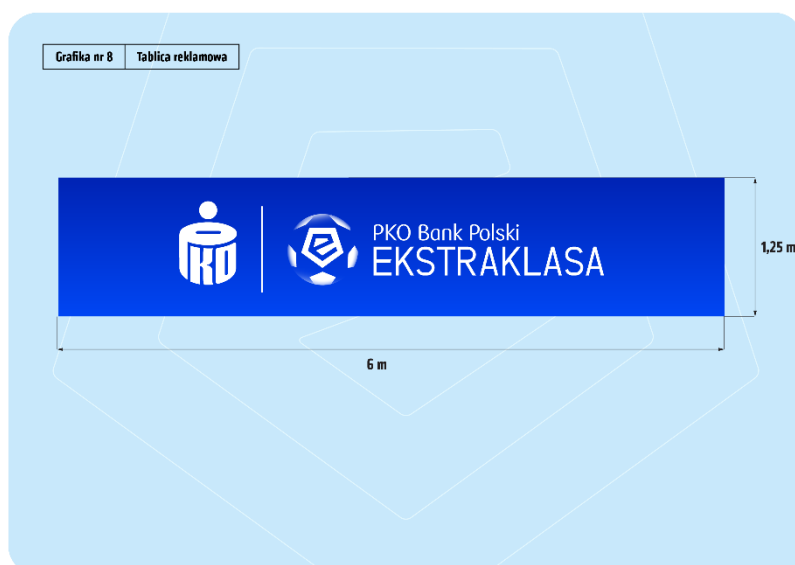
- 5.7. Uzgodnienie umieszczenia logotypów opisanych w punkcie: 5.4. na oficjalnych koszulkach (polo, t-shirt) wykorzystywanych przez zawodników i Klub podczas oficjalnych meczów Rozgrywek Ekstraklasy.



PRAWY RĘKAWEK KOSZULEK MECZOWYCH W RAMACH ROZGRYWEK EKSTRAKLASY
(PRZYKŁADOWA WIZUALIZACJA)

NOŚNIKI REKLAMOWE I AKCJE SPECJALNE

- 5.8. Umieszczenie centralnej tablicy o wymiarach 6m x 1,25 m z logotypem wskazanym przez Ekstraklasę, zlokalizowanej na wysokości linii środkowej boiska, w centralnej części rzędu band LED po stronie widocznej dla kamer telewizyjnych (kamera główna), na każdym ze stadionów, na których rozgrywane będą mecze w ramach Rozgrywek Ekstraklasy. Tablica centralna nie może być umiejscowiona na bandach LED.



- 5.9. W awaryjnym przypadku braku band LED umieszczenie w linii band statycznych dodatkowych 2 tablic reklamowych o wymiarach 6m x 1m z logotypem Partnera Tytularnego, w pierwszym rzędzie reklam po stronie stadionu widocznej dla kamer telewizyjnych, podczas każdego meczu rozgrywanego w ramach Rozgrywek Ekstraklasy.
- 5.10. Wyeksponowanie bramy wejściowej Ekstraklasy, przez którą wychodzą zawodnicy na prezentację przedmeczową.



- 5.11. Wyeksponowanie koła centralnego z logotypem Ekstraklasy na płycie stadionu, w kole środkowym boiska przed rozpoczęciem (20 minut) oraz w przerwie każdego z meczów ramach rozgrywek.



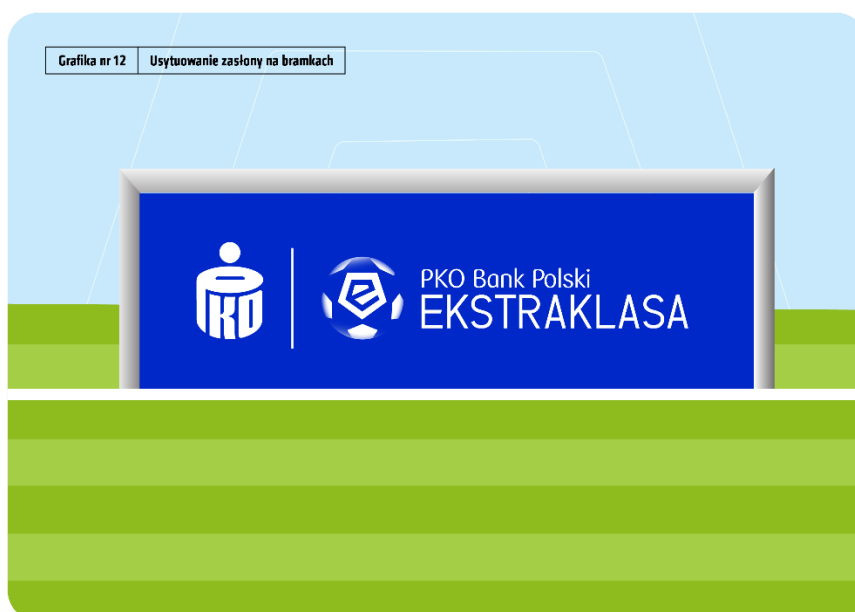
- 5.12. Umieszczenie logotypu w ramach leżących banerów reklamowych o powierzchni 18m x 3m nad i pod kołem środkowym – przed rozpoczęciem (20 minut) oraz w przerwie każdego z meczów w ramach rozgrywek.
- 5.13. Umieszczenie łącznie czterech (4) konstrukcji reklamowych o maksymalnych wymiarach

120 x 120 x 120 cm (tzw. kubiki) bezpośrednio za chorągiewkami wyznaczającymi narożniki boiska, na każdym ze stadionów, na których rozgrywane będą mecze w ramach Rozgrywek Ekstraklasy.

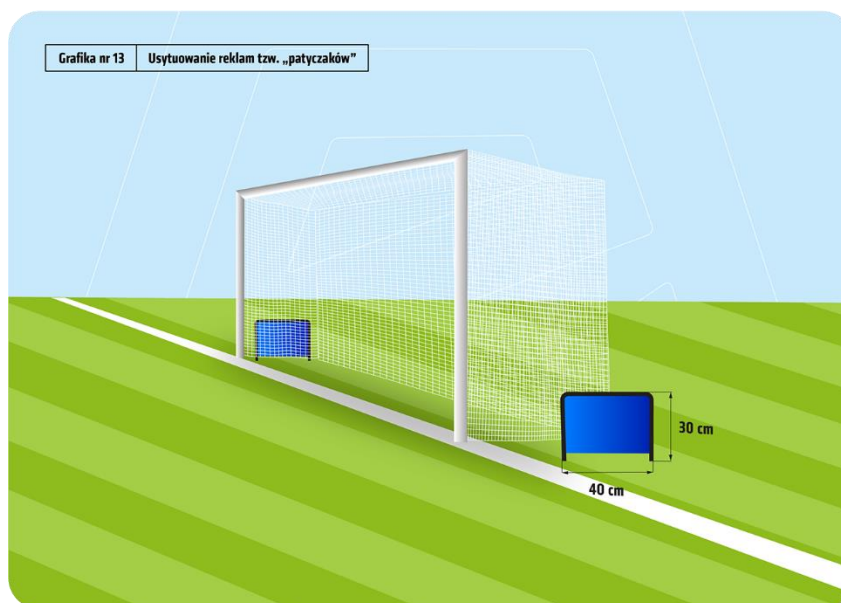
- 5.14. Umieszczenie łącznie czterech (4) dywanów reklamowych typu 3D (tzw. cam carpet) w sąsiedztwie bramek na każdym ze stadionów, na których rozgrywane będą mecze w ramach Rozgrywek Ekstraklasy.
- 5.15. Ekspozycja standu pod oficjalną piłkę meczową dostarczonego przez Ekstraklasę, obok którego wychodzą zawodnicy na rozpoczęcie meczu – zlokalizowanego wedle mapki przedstawiającej rozkład brandingu boiskowego.



- 5.16. Umieszczenie dwóch tablic z logotypem o wymiarach 1,5m x 0,6 za każdą z bramek (po jednej za każdą) podczas meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek.
- 5.17. Umieszczenie konstrukcji reklamowej tzw. zasłony na obydwu bramkach przed rozpoczęciem meczu (po zejściu zawodników z rozgrzewki) oraz w przerwie każdego z meczów w ramach rozgrywek.



- 5.18. Umieszczenie w sumie czterech konstrukcji reklamowych - tzw. galp po zewnętrznych stronach obydwu bramek – z zastrzeżeniem, że mogą one zostać przestawione na prośbę ELP.



- 5.19. Umieszczenie konstrukcji reklamowych - tzw. jamnik przed pierwszym rzędem reklam po stronie widocznej dla kamer telewizyjnych na całej długości boiska, bez ograniczeń ilościowych.
- 5.20. Umieszczenie co najmniej 8 konstrukcji reklamowych (po cztery na każdą stronę) - tzw. jamnik wokół oznaczenia strefy technicznej ławek rezerwowych (zgodnie z grafiką nr 1).
- 5.21. Umieszczenie dwóch konstrukcji reklamowych (po jednym na każdą stronę) - tzw. jamnik za bramką o wymiarach 1,5 m długości i 35 cm wysokości – z zastrzeżeniem, że umieszczone obok jamniki Klubu powinny mieć jednakowe wymiary.
- 5.22. Umieszczenie tablicy reklamowej z logotypem Partnera Tytularnego o wymiarach 1 m x 1 m usytuowanej na zakończeniach band video (LED) po dwóch stronach boiska, po stronie stadionu bliższej kamerom telewizyjnym.
- 5.23. Umieszczenie logotypu Ekstraklasy lub rozgrywek Ekstraklasy na ławkach rezerwowych (po ich obu stronach) na wszystkich stadionach Klubów, na których odbywać się będą mecze w ramach Rozgrywek Ekstraklasy, przy czym liczba i wymiar umieszczonych w ten sposób logotypów Ekstraklasy uzależnione są od typu ławki rezerwowych.
- 5.24. Umieszczenia logotypów Ekstraklasy na górnej linii oraz na polach sponsorskich w wyznaczonych miejscach na ściankach do wywiadów telewizyjnych, w strefie mieszanej oraz w sali konferencyjnej.
- 5.25. Umieszczenie monitorów LCD na stołach konferencyjnych ustawionych przed osobami biorącymi udział w konferencji prasowej, wykorzystywanych do emisji reklam w raz z prawem do wyłącznej dyspozycji czasem reklamowym.
- 5.26. Umieszczenie oficjalnego logotypu rozgrywek dostarczonego przez Ekstraklasę, który stanowić powinien 20% powierzchni przeznaczonych dla Partnerów na następujących promocyjnych materiałach przygotowywanych lub drukowanych przez Kluby w związku z Rozgrywkami Ekstraklasy:
- plakaty promujące mecze,
 - zaproszenia dla gości VIP,
 - karnety i bilety na mecze Rozgrywek Ekstraklasy;

- 5.27. Umieszczanie reklamy wybranego partnera, w wymiarze 0,5 strony, w każdym z oficjalnych programów meczowych przygotowywanych przez Klub lub na zlecenie Klubów, o ile takie programy będą wydawane przez Kluby.
- 5.28. Dystrybucja przygotowanych przez partnerów Ekstraklasy własnych materiałów reklamowych podczas meczów rozgrywanych w ramach rozgrywek Ekstraklasy, w tym balonów, ulotek, chorągiewek i innych upominków, każdorazowo w porozumieniu z Klubami.
- 5.29. Organizacja dziecięcej eskorty w każdym wybranym meczu po wcześniejszym ustaleniu z Klubem.
- 5.30. Organizacja „Kanapy kibica” w bezpośrednim sąsiedztwie boiska, na każdym meczu Ekstraklasy. Na „Kanapie kibica” przebywać mogą 4 osoby wyznaczone każdorazowo przez Partnera Ekstraklasy.
- 5.31. Organizacja strefy dla kibiców na terenie bezpośrednio przylegającym do stadionu nie więcej niż 3 razy w danym sezonie Rozgrywek Ekstraklasy.
- 5.32. Organizacja animacji dla kibiców na płycie boiska przed meczem i w przerwie, w tym prawo do przeprowadzenia oficjalnych konkursów.
- 5.33. Wręczenie nagród specjalnych dla piłkarzy i trenerów:
- Ustala się następujące nagrody specjalne w sezonie 2021/2022: Piłkarz Miesiąca, Trener Miesiąca, Młodzieżowiec Miesiąca PKO Banku Polskiego oraz Numer Miesiąca.
 - Statuetka i ścianka zostaną przesłane do Klubu przez Ekstraklasę. Wręczenia nagród Piłkarz Miesiąca, Młodzieżowiec Miesiąca PKO Banku Polskiego, Numer Miesiąca będą odbywały się w dniu meczowym, w wyznaczonej strefie boiska, w porozumieniu z przedstawicielami Ekstraklasa Live Park.
 - Wręczenia nagrody Trener Miesiąca będą odbywały się w terminie innym niż dzień meczowy, ustalonym przez Klub w porozumieniu z Ekstraklasą, przy udziale niezbędnych osób tj. pracownika Klubu/fotografa.
 - Klub prześle do Ekstraklasy zdjęcie zwycięzcy z nagrodą, wykonane na tle dedykowanej ścianki.
 - Ekstraklasa zastrzega sobie prawo do modyfikacji procedury wręczeń w przypadku wystąpienia obostrzeń dla strefy zero.
- 5.34. Organizacja aktywności eventowych np. na uzgodnionym obszarze stadionu, na którym odbywają się rozgrywki Ekstraklasy, tj.:
- akcji specjalnych i eventów okazjonalnych uzgodnionych z Klubem,
 - ceremonii wręczenia nagród specjalnych (punkt 9)
 - ceremonii wręczenia trofeum na stadionie,
 - gali Ekstraklasy oraz możliwość ufundowania i wręczenia statuetki Fair Play.
- 5.35. Organizacja brandingu niestandardowego, w tym na nośnikach niewymienionych powyżej oraz organizacja aktywności eventowo-promocyjnych i sprzedażowych Partnerów Ekstraklasy na uzgodnionym obszarze stadionów, na których odbywają się rozgrywki Ekstraklasy.

EMISJA REKLAM AUDIO I VIDEO

- 5.36. Emisja poprzez system głośników na stadionach podczas każdego meczu Rozgrywek Ekstraklasy 4 spotów radiowych (2 razy przed meczem, 1 raz w przerwie meczu oraz 1 raz po zakończeniu meczu) o długości do 30 sekund każdy.

- 5.37. Emisja fragmentu muzycznego zaraz po zdobyciu bramki przez zespół gospodarzy – emisja przez 15 sekund. Ekstraklasa S.A. dostarczy 2 fragmenty muzyczne, z których należy wybrać jeden. Co do zasady Klub może przedstawić swój fragment do akceptacji Departamentu Marketingu i Sprzedaży Ekstraklasa SA i po uzyskaniu akceptacji używać przedstawionego przez siebie fragmentu.
- 5.38. Czas reklamowy do wykorzystania zgodnie z zapotrzebowaniem Ekstraklasa (na rzecz jej Partnerów lub na cele autopromocji) w celu emisji materiałów promocyjno-reklamowych na telebimach stadionowych w wymiarze 20% łącznego czasu przeznaczonego na cele reklamowe.
- 5.39. Czas reklamowy do wykorzystania na wyświetlanie filmów w wewnętrznej telewizji stadionowej w wymiarze 20% czasu przeznaczonego na cele reklamowe – o ile telewizja ta funkcjonuje i realizuje zadania emisji reklam.
- 5.40. Czas reklamowy do wykorzystania na wyświetlanie filmów na telebimach stadionowych w wymiarze 20% czasu przeznaczonego na cele reklamowe.
- 5.41. Przekazanie informacji przez spikera o następnym meczu Klubu w roli gospodarza w ramach rozgrywek z uwzględnieniem ich pełnej nazwy (PKO Bank Polski Ekstraklasa).
- 5.42. Przekazanie informacji w 85 minucie jednocześnie przez spikera oraz w formie grafiki wyświetlonej na telebimie (po dostarczeniu grafik przez Partnera Telewizyjnego, Oficjalnego nadawcę lub Ekstraklasę), o najbliższej transmisji telewizyjnej następnego wyjazdowego meczu Klubu.

STRONY INTERNETOWE ORAZ APLIKACJE MOBILNE KLUBÓW

- 5.43. Obowiązek publikacji na oficjalnych stronach internetowych Klubów oficjalnego logotypu Rozgrywek Ekstraklasa, który zlokalizowany powinien być w lewym górnym rogu strony. Wielkość logotypu Ekstraklasa zostanie każdorazowo ustalona z Klubem. Za pośrednictwem działania Klubu umieszczającego logo na stronie, zamieszczony logotyp powinien być bezpośrednim linkiem do oficjalnej strony internetowej pod adresem: www.ekstraklasa.org.
- 5.44. Umieszczenie logotypu Partnera Tytularnego w belce sponsorskiej w wymiarze 20% powierzchni przeznaczonej na cele reklamowe wraz z aktywnym linkiem do strony internetowej Partnera Tytularnego.
- 5.45. Umieszczenie w ramach oficjalnych stron internetowych Klubów materiałów promujących Rozgrywkę Ekstraklasa w formie banneru internetowego na stronie głównej, na okres dwóch tygodni trwania kampanii, nie częściej niż cztery razy w sezonie rozgrywkowym.
- 5.46. Umieszczenie treści zawartych w punktach: 5.41.; 5.42.; 5.43 w oficjalnych aplikacjach mobilnych Klubów oraz w mediach społecznościowych Klubów.

WIZERUNEK

- 5.47. Prawo do jednoczesnego wykorzystania wizerunku wszystkich oficjalnych osiemnastu (18) herbów Klubowych, jako zespołów biorących udział w Rozgrywkach Ekstraklasa, na wszelkich produktach oraz podczas działań sprzedażowych, marketingowych, reklamowych, promocyjnych i informacyjnych w Polsce lub za granicą na rzecz Ekstraklasa S.A. oraz/lub jej Partnerów i Sponsorów. Uznaje się za spełnienie warunku wykorzystania 18 herbów razem w przypadkach emisji przez Ekstraklasę lub jej któregośkolwiek Partnera serii 18 sztuk tego samego produktu odpowiadającej ilości wszystkich herbów łącznie (np. karta płatnicza banku) w ilości po jednym dla każdego z Klubów, bez wyróżnienia co do wielkości, jakości i wynikających z jego posiadania korzyści, poza odpowiednim dla danego Klubu dedykowanym projektem graficznym.
- 5.48. Prawo do jednoczesnego wykorzystania wizerunku wszystkich osiemnastu (18) herbów Klubowych, jako zespołów biorących udział w Rozgrywkach Ekstraklasa, w produktach interaktywnych w Polsce lub za granicą na rzecz Ekstraklasa S.A. lub jej Partnerów i Sponsorów.

- 5.49. Prawo do wykorzystywania fotografii obejmujących wizerunek zawodników w stroju klubowym i trenerów, a także fotografii drużyny w strojach klubowych.
- 5.50. Prawa do łącznego wykorzystania wizerunku, obrazu i podobieństwa, imienia i nazwiska oraz pseudonimu, biografii i statystyk wszystkich zawodników i trenerów wszystkich 18 Klubów.
- 5.51. Prawo do łącznego wykorzystania wizerunku co najmniej 4 piłkarzy i/lub trenerów z co najmniej 4 Klubów do celów promocji Rozgrywek Ekstraklasy oraz/lub jej Partnerów i Sponsorów.
- 5.52. Obowiązek obecności wskazanych przez Ekstraklasę zawodników na oficjalnej Gali Ekstraklasy kończącej sezon, we wskazanym przez Ekstraklasę terminie.

POZOSTAŁE PRAWA

- 5.53. Prawo do zlecenia Klubowi wysyłki korespondencji masowej do bazy danych kibiców Klubu nie częściej niż 4 razy w sezonie rozgrywkowym.
- 5.54. Realizowanie przez Kluby badań ankierskich dotyczących satysfakcji Kibiców (dojazd na stadion, wejście na stadion, obsługa służb (steward / porządkowe / informacyjne), dodatkowe elementy eventu (catering / strefy atrakcji / oprawa meczu / spiker) – służących do dalszej ewaluacji pozyskanych danych w celach projektów marketingowych i sprzedażowych prowadzonych przez Kluby i Ekstraklasę.

PROMOCJA OFICJALNEJ PIŁKI EKSTRAKLASY

- 5.55. Kluby uczestniczące w Rozgrywkach Ekstraklasy mają obowiązek korzystać z Oficjalnej Piłki Ekstraklasy, ilekroć występować będą w roli gospodarza meczu w oficjalnych spotkaniach Rozgrywek Ekstraklasy, podczas rozgrzewek przedmeczowych oraz na treningach.
- 5.56. Klub zobowiązany jest do przechowywania Oficjalnej Piłki Ekstraklasy w dedykowanych workach marki adidas z logotypem rozgrywek Ekstraklasy.
- 5.57. Klub zobowiązany jest do eksponowania Oficjalnej Piłki Ekstraklasy na plakacie przedsezonowym i innych zbiorczych zdjęciach pierwszej drużyny oraz oficjalnych eventach na stadionie, w tym prezentacji przedsezonowej dotyczącej Rozgrywek Ekstraklasy.
- 5.58. Żaden Klub uczestniczący w rozgrywkach Ekstraklasy nie może używać, reklamować ani prezentować piłek firm konkurencyjnych w stosunku do producenta Oficjalnej Piłki Ekstraklasy (firma adidas) podczas meczów, treningów, sesji zdjęciowych prezentujących drużynę lub wszelkich innych oficjalnych spotkań i wydarzeń organizowanych przez Klub, jak również nie może prowadzić lub wspierać żadnych innych aktywności reklamowych dotyczących piłek innych niż Oficjalna Piłka Ekstraklasy.
- 5.59. Każdy Klub ma obowiązek wyznaczyć osobę odpowiedzialną ze strony Klubu za współpracę z firmą adidas oraz poinformować o tym fakcie osoby kontaktowe po stronie adidas i Ekstraklasy. Każdorazowa zmiana osoby kontaktowej wymaga poinformowania o tym fakcie obydwu tych podmiotów w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
- 5.60. Zabrania się umieszczania jakichkolwiek dodatkowych napisów lub oznaczeń na Oficjalnej Piłce Ekstraklasy innych niż te umieszczone fabrycznie przez producenta. W szczególności zabrania się podpisywania Oficjalnych Piłek Ekstraklasy nazwą Klubu lub z użyciem innego oznaczenia.

BILETY ORAZ ZAPROSZENIA VIP

- 5.61. Prawo do otrzymania łącznie 50 biletów VIP (najwyższej kategorii, dostępnych w indywidualnej sprzedaży) na każdy wskazany mecz w trakcie każdej kolejki meczowej Rozgrywek Ekstraklasy, wraz z zapewnieniem dla gości VIP łącznie 26 miejsc parkingowych na parkingach stadionowych.
- 5.62. Prawo do otrzymania 60 biletów zwykłych najwyższej możliwej kategorii, na każdy wskazany mecz w trakcie każdej kolejki meczowej rozgrywek Ekstraklasy.

- 5.63. Prawo Partnera Tytularnego do nabycia do 100 biletów zwykłych oraz przez pozostałych Partnerów do 10 biletów zwykłych na każdy wskazany mecz w każdej kolejce Rozgrywek Ekstraklasz ze stałym, 50% rabatem od ceny cennikowej.

6. Postanowienia końcowe

- 6.1. Każde użycie logotypu Ekstraklasz lub logotypu rozgrywek wymaga uprzedniej akceptacji Ekstraklasz, a w przypadku logotypu rozgrywek, wymaga ponadto akceptacji Partnera Tytularnego. Użycie logotypów należy zgłaszać na adres marketing@ekstraklasa.org.
- 6.2. Brak wykonania lub nienależyte wykonanie przez Kluby obowiązków wynikających z niniejszego regulaminu, wynikających ze świadczeń sponsorskich lub reklamowych określonych w tym Regulaminie stanowi przewinienie dyscyplinarne zgodnie z Regulaminem Dyscyplinarnym PZPN.
- 6.3. Wszelkie sprawy nie określone w niniejszym Regulaminie będą rozstrzygane każdorazowo przez Ekstraklasę S.A.
- 6.4. Prawo interpretacji postanowień niniejszego Regulaminu przysługuje wyłącznie Zarządowi Ekstraklasz S.A.
- 6.5. Regulamin został zatwierdzony przez Zarząd Ekstraklasz S.A. w dniu 09.07.2021 roku i wchodzi w życie z dniem zatwierdzenia.

Marcin Mikucki

(.....)

Dyrektor Dep.
Komunikacji, Marketingu i Sprzedaży
Ekstraklasa S.A.