

\

УТВЕРЖДЕН
Решением ОС АФК «РПЛ»
№ 160/6 от «24» мая 2021 г.

Президент АФК «РПЛ»

_____ С.Г. Прядкин

**Коммерческий Регламент
ТИНЬКОФФ Российской Премьер-Лиги
сезона 2021-2022 гг.**

1. Преамбула.

Официальное наименование соревнований – ТИНЬКОФФ Чемпионат России по футболу среди команд клубов Премьер-Лиги – ТИНЬКОФФ Российская Премьер-Лига (далее – «Чемпионат»).

В соответствии с договором, заключенным АФК «РПЛ» (далее – РПЛ) с РФС по поручению Клубов, в сезоне 2021-2022 гг. коммерческие права, возникающие в связи с проведением Чемпионата, а также права на освещение Чемпионата посредством трансляции изображения и/или звука Матчей любыми способами и/или с помощью любых технологий, переданы Клубам. Реализация коммерческих прав и прав на освещение, приобретенных у РФС, а также прав, возникающих непосредственно у РПЛ и Клубов (как организаторов матчей), осуществляется в соответствии с настоящим Регламентом, договорами между РПЛ и Клубами, договорами между РПЛ и Основным вещателем, а также Решениями Общего собрания РПЛ, имеющими обязательную силу для всех Клубов РПЛ.

АФК «РПЛ» является обладателем исключительного права, переданного по договору, заключенному ей с Российским футбольным союзом, на использование в коммерческих целях наименований и символики ТИНЬКОФФ Российской Премьер-Лиги, в том числе составных частей Чемпионата – конкретных матчей. Клубы не вправе проводить мероприятия, коммуникацию, принимать к исполнению какие-либо обязательства, которые приводят или могут привести к разобщению ассоциативных с Чемпионатом прав, а именно – нарушению прав третьих лиц на ассоциирование с Чемпионатом, переданных им РПЛ по договорам.

2. Права на Освещение и коммерческие права

Права на освещение и коммерческие права включают в себя:

а) право на воспроизведение и коммерческое распространение изображения и/или звука Матчей Чемпионата полностью или частично любыми способами вещания (наземное, спутниковое, кабельное телевидение, радиовещание, в форме размещения материалов на серверах, в памяти компьютеров или иных электронных устройств, доступных для использования широкому кругу абонентов сетей мобильной связи, Интернета или иным пользователем без ограничения технологических, а также посредством осуществления записи трансляции Матчей и/или фотосъемки Матчей);

б) право на использование в рекламных и коммерческих целях названия, логотипа и иных официальных обозначений Чемпионата;

в) право назначения официальных спонсоров и партнеров Чемпионата, а также право назначения по согласованию с РФС титульного спонсора;

г) право на размещение рекламы товаров, работ и услуг в местах проведения Соревнований, в том числе на рекламных конструкциях, расположенных по периметру футбольного поля соответствующего Стадиона, на кабинке/скамейке для запасных игроков; на электронно-информационном табло соответствующего Стадиона; на других носителях, в соответствии с настоящим Регламентом и договорами между РПЛ и Клубами.

д) право на организацию, по согласованию с Клубом, являющимся принимающей стороной в соответствующем Матче, ВТЛ-мероприятий (до 4-х за сезон для каждого Клуба), промо-акций и иных коммерческих, информационных, рекламных и иных мероприятий на Стадионе, в том числе на футбольном поле, во время перерывов Матчей, перед началом и после окончания Матчей. При этом под «ВТЛ-мероприятием» понимается комплекс маркетинговых мероприятий Спонсора, проводимых на домашних стадионах клубов РПЛ в дни Матчей, включающий в себя: размещение демонстрационных и/или интерактивных зон в местах доступа зрителей и/или на прилегающей территории стадионов; распространение рекламно-информационных материалов, использование специального оборудования и промо-персонала, проведение предусмотренных Регламентом Чемпионата интерактивных конкурсов для зрителей в перерыве между таймами Матча и других мероприятий, разрешенных законодательством РФ. Под «Промо-мероприятием» понимается разрешенное законодательством РФ распространение (без взимания платы) продукции Спонсора путем ее размещения на промо-стойках со Средством индивидуализации Спонсора, в том числе с помощью промо-персонала, в местах доступа зрителей Матчей, включая согласованные с Клубом VIP зоны; и/или распространение продукции у входных групп стадиона с помощью промо-персонала. Количество промо-персонала Спонсора, задействованного в подтрибунных помещениях стадионов, может быть согласовано с Клубом дополнительно из расчета не менее 1 (одного) человека на 1 (одну) промо-стойку;

е) другие права, предусмотренные договорами между РПЛ и Клубами.

3. Титульный и генеральный спонсоры Чемпионата.

В сезоне 2021-2022 гг. Титульным спонсором Чемпионата является АО «Тинькофф Банк», осуществляющее деятельность в категории товаров и услуг «услуги по банковскому и финансовому обслуживанию». В целях содействия надлежащему освещению Чемпионата, Клубы обязуются предпринимать все разумные и добросовестные меры в целях обеспечения точного и неискаженного использования официальных наименований Чемпионата и эмблемы Чемпионата, как самостоятельно (во всех клубных ресурсах, в т.ч. в сети Интернет), так и любыми СМИ, при размещении официальной информации о Чемпионате (включая, в том числе, отчеты, протоколы, турнирные таблицы, справочники и др.).

В сезоне 2021-2022 гг. Генеральным спонсором Чемпионата является букмекерская компания «Лига Ставок» (ООО «ПМБК»), осуществляющая деятельность в категории товаров и услуг «букмекерские услуги».

4. Основной вещатель.

Организацию и производство Трансляций Матчей в сезоне 2021-2022 гг. осуществляет ООО «НСТ» (Основной вещатель). Реализацию коммерческих прав в объеме, определенном настоящим Регламентом, а также договорами между РПЛ и Клубами, осуществляет по поручению Клубов РПЛ. Реализация иных коммерческих прав осуществляется Клубами и РПЛ самостоятельно.

5. Обязанности Организатора матча

В целях исполнения обязательств перед официальными спонсорами и партнерами Чемпионата и/или РПЛ Организатор матча (принимающий Клуб) обязан:

а) при проведении послематчевых пресс-конференций, flash-интервью и интервью в микст-зоне обеспечить размещение своими силами и за свой счет в зонах видимости телевизионных камер рекламно-информационных панно (задников), предоставленных.

Использование рекламно-информационных панно (задников) для пресс-конференций и микст-зоны, предоставленных РПЛ, осуществляется в следующем порядке: в зависимости от технических возможностей Стадиона допускается изменение размеров рекламно-информационных панно (задников) при условии сохранения целостности блоков рекламных изображений (логотипов) и соблюдения установленного принципа распределения общей рекламной площади (до 40 % площади предназначено для размещения рекламных изображений (логотипов) официальных спонсоров и партнеров Чемпионата и/или РПЛ). При этом, в случае, если соответствующие площади не используются под размещение спонсоров и партнеров Чемпионата и/или РПЛ, по обращению Клуба они полностью или частично могут быть переданы для реализации Клубу на согласованный период;

б) обеспечить своими силами перед началом матча вынос в центральный круг игрового поля баннера диаметром 18,3 метра с эмблемой (Логотипом) Чемпионата. При этом изготовление баннера, его доставку в Клуб до начала Чемпионата, а также получение сертификата о соответствии баннера требованиям противопожарной безопасности обеспечивает РПЛ;

в) обеспечивать условия сохранения эксклюзивности прав, предоставленных официальным спонсорам, партнерам Чемпионата и/или РПЛ и Основному вещателю, в том числе не заключать договоры (контракты, соглашения и др.), которые могут ограничить или препятствовать использованию прав, предоставленных официальным спонсорам, партнерам Чемпионата и/или РПЛ и Основному вещателю, за исключением случаев:

- заключения Клубом договора (контракта, соглашения) до даты заключения договора с соответствующим Спонсором, при условии, что Клуб своевременно известил РПЛ о заключении такого договора (контракта, соглашения);

- заключения Клубом одного договора со спонсором в категории «услуги в области организации и проведения основанных на риске игр и пари (товарная группа «беттинг»: «букмекеры» и «тотализаторы»);

- заключения Клубом договоров со спонсорами в категории «услуги по банковскому и финансовому обслуживанию»;

- заключения Клубом договора с генеральным (титульным) спонсором Клуба;

- заключения одного договора с техническим спонсором Клуба (по категориям «спортивная форма» и «инвентарь»);

- заключения договоров (контрактов, соглашений) при наличии письменного согласия РПЛ.

РПЛ своевременно доводит до клубов информацию об изменении/дополнении перечня Спонсоров Чемпионата и/или РПЛ, при этом при заключении договоров в течение сезона с партнерами и спонсорами (в том числе с Титульным спонсором) должны приниматься во внимание действующие договоры Клубов с партнерами и спонсорами в соответствующих категориях товаров и услуг, и размещение на Стадионах рекламы таких партнеров и спонсоров не должно нарушать принципов эксклюзивности спонсорских категорий Клубов, при условии документального подтверждения Клубом обязательства по обеспечению эксклюзивности соответствующей спонсорской категории.

В целях обеспечения реализации коммерческих прав на наиболее выгодных условиях, ОС РПЛ на определенный период может устанавливать временный запрет на заключение Клубами спонсорских (партнерских) контрактов с производителями отдельных категорий товаров и услуг. При этом, при последующем заключении РПЛ контракта со Спонсором по соответствующей категории товаров/услуг, должны быть учтены условия договоров клубов с производителями аналогичных товаров/услуг, заключенные до установления такого запрета;

г) В сезоне 2021-2022 гг. рекламные конструкции, размещаемые по всему периметру футбольного поля Стадиона на первой линии, должны быть динамическими/светодиодными (далее - СДУ), размером в высоту не менее 0,9 метра. Для единого визуального восприятия рекомендуется использовать непрерывные СДУ в первой линии. Длина СДУ должна быть не

менее 240,0 (двухсот сорока) метров, если иное не предусмотрено договором РПЛ с Клубом. В исключительных случаях (проведение матча на резервном стадионе и пр.) по согласованию с ПЛ допускается временное использование рекламной линии СДУ менее установленного размера.

В исключительных случаях по письменному согласованию с РПЛ на первой рекламной линии допускается непрерывное комбинированное размещение СДУ и статичных (щитовых) конструкций при условии обеспечения единого визуального восприятия всей плоскости рекламной линии, при этом длина комбинированного размещения (СДУ и статичных щитов) должна составлять не более 250 м., в том числе длина СДУ- не менее 230 м.

Время демонстрации рекламных материалов партнеров и спонсоров Чемпионата и/или РПЛ на СДУ в игровое время Матча должно составлять 36 минут (без учета возможной компенсации, предоставляемой Генеральному спонсору в соответствии с ч.7-8 настоящего подпункта). Время демонстрации рекламных материалов РФС на СДУ в игровое время матча составляет 3,6 минуты. Порядок выхода рекламных роликов на СДУ определяется на основании согласованного с РПЛ сценария.

В соответствии с Решением Международного совета ИФАБ к Правилу 1 «Поле для игры» не разрешается размещать никакую рекламу на поле, на земле в зоне, ограниченной сетками ворот, в технической зоне, в зоне видеопросмотра судьи (RRA - PPA) или в зоне 1 метра от линий, ограничивающих поле для игры, с момента выхода команд на поле и до того, как команды покинут его после окончания первого тайма и с момента, когда команды вернуться на поле и до окончания матча. Реклама не разрешена на воротах, сетках, флагштоках или их флагах, и дополнительное оборудование (камеры, микрофоны и т.д.) не может прикрепляться к ним. Воспроизведение – реальное или виртуальное – представительских логотипов или эмблем ФИФА, конфедераций, национальных футбольных ассоциаций, соревнований, клубов или других организаций запрещено на поле, сетках ворот и зонах, которые они ограничивают, воротах и флагштоках во время матча. Они разрешены на флагах, прикрепленных к флагштокам.

Кроме этого, любая вертикальная реклама должна совокупно удовлетворять следующим требованиям: находиться как минимум в одном метре от боковых линий по внешней стороне поля для игры; на том же расстоянии от линии ворот, как глубина сетки ворот, находиться в одном метре от сетки ворот (далее – охранная зона вблизи линии ворот).

Также, во время проведения Матчей запрещается нахождение перед рекламными конструкциями первой линии, расположенными по периметру игрового поля в зоне видимости телевизионных камер, техперсонала, фотокорреспондентов, сотрудников служб безопасности, запасных игроков, лиц подающих мячи и любых других лиц, а равно предметов, которые загораживают указанные конструкции от обзора телевизионных камер или каким-либо иным образом нарушают визуальное восприятие информации, размещенной на указанных рекламных конструкциях.

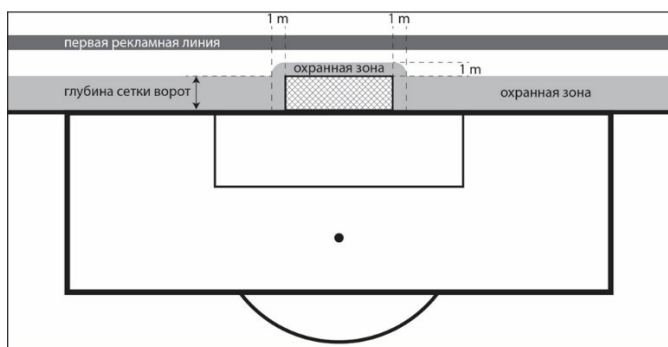


Рис.1 Охранная зона вблизи линии ворот

При соблюдении вышеуказанных требований, а также при условии обеспечения необходимых мер безопасности для Участников Матча, Клубы вправе размещать между рекламными конструкциями первой линии и линией футбольного поля плоские горизонтальные рекламные носители (баннеры (в том числе LiveAd), 3D-коврики и пр.).

При использовании на отдельных стадионах дополнительных рекламных установок и конструкций, включая вторую рекламную линию, горизонтальные рекламные носители типа Live Ad, 3D-ковры, наклонные рекламные носители типа AdGrid, AdNetGoal и др., присутствие средств индивидуализации партнера/спонсора Клуба в категории «букмекерские услуги» в зоне видимости телевизионных камер не может быть равно или более объема, предоставленного РПЛ Генеральному спонсору в течение игрового времени Матча, не включая время перерыва.

Под сравнимым объемом понимается следующее соотношение: один 3D-ковёр стандартного размера признается равным одному щиту 1-ой линии или 1,8 минуты размещения рекламных сообщений на СДУ. Площадь наклонных рекламных конструкций, а также щитов 2-ой рекламной линии должна быть соотнесена с площадью одного щита 1-ой рекламной линии с учетом их визуального восприятия. При этом, если Клубом и РПЛ не согласовано иное, наклонная рекламная конструкции / щит 2-й линии признается равным одному щиту 1-ой линии или 1,8 минуты размещения рекламных сообщений на СДУ). В случае доминирования/превышения Клубом объема прав в сегменте «букмекерские услуги» Клуб в целях компенсации обязан предоставить Спонсору по согласованию с РПЛ дополнительное время на СДУ и/или рекламные поверхности в 1-й или 2-ой линии и/или возможность размещения других рекламных носителей перед 1-ой линией, при условии компенсации РПЛ затрат на изготовление таких носителей.

Максимальная высота полного рекламного сообщения (включая фон охранного поля), размещенного на конструкциях второй линии, не должна превышать 1,5 м.

Информация на рекламных конструкциях, размещаемых на трибунах, ограждениях стадионов и иных рекламных носителях, находящихся в зоне видимости телевизионных камер до первых зрительских рядов, не должна визуально доминировать над информацией, размещенной на рекламных конструкциях первой линии.

Согласование с РПЛ размещения рекламных материалов, размещаемых на носителях, расположенных до первой рекламной линии включительно (в т.ч. 3D-коврах, плоских горизонтальных рекламных носителях), производится Клубом не позднее, чем за пять рабочих дней до планируемой даты начала размещения рекламных материалов, путем направления письма, подписанного уполномоченным лицом Клуба, с приложением визуализации размещения рекламных материалов.

Плоские горизонтальные рекламные носители/рекламные сообщения, размещаемые вдоль боковой линии футбольного поля напротив центрального круга в зоне видимости телевизионных камер, не должны размещаться вне рекламного слота, длина которого равна 36 метров (по 18 метров от центральной линии в обе стороны футбольного поля). Рекламные сообщения на таких плоских горизонтальных рекламных носителях не должны визуально доминировать над рекламными сообщениями, размещенными на СДУ.

3D-ковры, размещаемые вдоль лицевой линии футбольного поля, должны соответствовать следующим требованиям:

- Площадь одного 3D-ковра не должна превышать 50 м²;
- Длина одного 3D-ковра не должна превышать длину 1/3 части расстояния от линии охранной зоны вблизи ворот до углового флажка (боковой линии).

Рекламные сообщения на 3D-коврах не должны визуально доминировать над рекламными сообщениями, размещенными на СДУ.

д) обеспечить размещение товарных знаков/логотипов официальных спонсоров, партнеров Чемпионата и/или РПЛ и Основного вещателя согласно макетам, предоставленным РПЛ, на всех видах (не более 10 товарных знаков/логотипов на каждом) печатной продукции Клубов, выпускаемых в связи с проведением матчей Чемпионата (входные билеты, приглашения, пропуска, автопропуска на Матчи; программки Матчей). При этом размеры логотипов официальных спонсоров, партнеров Чемпионата и/или РПЛ и Основного вещателя должны быть не меньше размеров логотипов официальных спонсоров и партнеров Клубов и должны располагаться отдельным блоком. Клуб должен обеспечивать соответствие цветности товарных знаков/логотипов официальных спонсоров, партнеров Чемпионата и/или РПЛ и Основного вещателя, изображаемых на печатной продукции Клубов, полученным образцам.

Товарные знаки/логотипы официальных спонсоров, партнеров Чемпионата и/или РПЛ и Основного вещателя должны размещаться:

- на входных билетах (включая электронные) и автопропусках на Матчи – на лицевой стороне билета/автопропуска;

- на программках к Матчам – на первой странице обложки в нижней части.

Порядок согласования бланков (макетов) печатной продукции:

- бланки (макеты) билетов и печатной продукции, выпускаемой Клубом к началу сезона Чемпионата, подлежат согласованию с РПЛ не позднее, чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до проведения первого тура Чемпионата. Бланк (макет) признается согласованным исключительно в случае направления РПЛ в адрес Клуба подтверждения о согласовании (в т.ч. посредством электронной почты).

- в случае изменения Клубом бланков (макетов) билетов и печатной продукции в ходе Чемпионата, новые бланки билетов и печатной продукции подлежат согласованию с РПЛ не позднее, чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до проведения Матча, на котором планируется использовать измененный (новый) бланк билета и/или печатной продукции, выпускаемой к Матчу. Бланк (макет) признается согласованным исключительно в случае направления РПЛ в адрес Клуба подтверждения о согласовании (в т.ч. посредством электронной почты).

Требования указанного пункта не распространяются на выпускаемые Клубами сезонные носители: абонементы, автопропуска, приглашения в ложи и аккредитации;

е) не позднее 5 числа месяца, следующего за отчетным, предоставлять РПЛ:

- видео выноса круглого баннера Чемпионата;
- видео рекламы на СДУ 1-й линии;
- фото скамейки запасных игроков;
- фото шевронов на правом рукаве игроков;
- фото электронного(-ых) табло стадиона во время матча;
- фото презентационного баннера;
- фото стойки под мяч;
- фото арки выхода команд;
- видеоролики на табло стадиона (запись всех рекламных блоков);
- фото игроков на фоне задников микст и флэш зон;
- фото с пресс-конференции на фоне панно;
- фото, отражающие активности спонсоров РПЛ и клуба;
- скан-образы билетов, пропусков и аккредитаций;
- фото логотипа РПЛ на номерах игроков.

Все фото и видео материалы должны быть привязаны к отчетному матчу.

ж) обеспечить размещение товарных знаков/логотипов официальных спонсоров партнеров Чемпионата и/или РПЛ и Основного вещателя в сети Интернет, на страницах сайта Клуба, посвященных Чемпионату, с установлением ссылок на домашние страницы официальных спонсоров партнеров Чемпионата и/или РПЛ и Основного вещателя.

Официальные интернет-сайты Клубов должны иметь на всех страницах счетчики посещаемости (Liveinternet или Google Analytics). В случае отсутствия публичного доступа к данным статистики по этим счетчикам Клубы обязаны по запросу РПЛ предоставлять выгрузку по запрашиваемым параметрам;

з) обеспечить размещение рекламных материалов официальных спонсоров партнеров и Основного вещателя, предоставленных РПЛ, на кабинках для запасных игроков в соответствии со схемой, утвержденной РПЛ;

Реклама партнеров и спонсоров РПЛ, размещаемая в виде табличек на скамейках запасных, должна соответствовать следующим требованиям:

1. Из 10 табличек на 4 (четыре) размещаются спонсоры и партнеры РПЛ, на 6 (шести) – спонсоры и партнеры клуба;

2. Таблички спонсоров и партнеров РПЛ должны располагаться ближе к центру стадиона единым блоком.

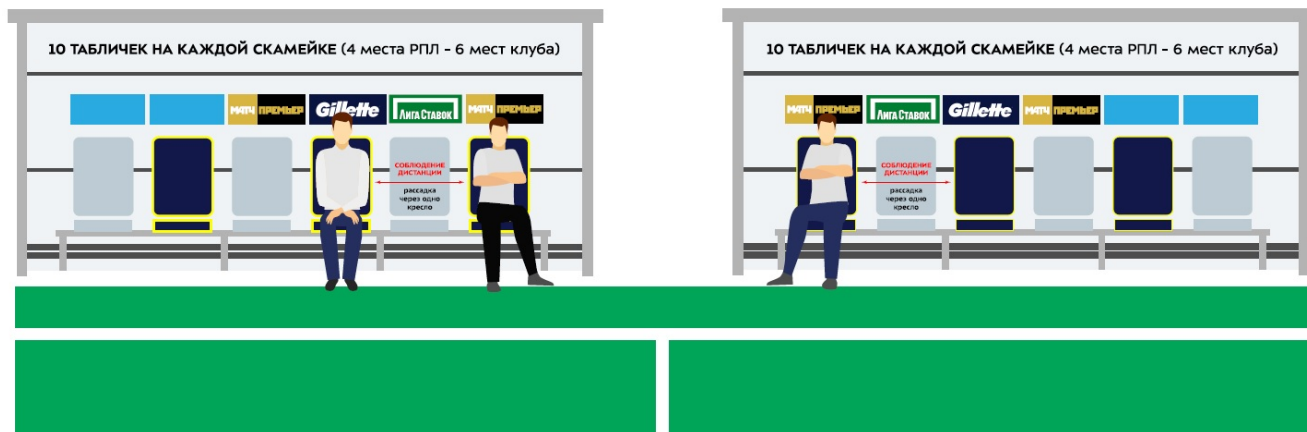


Рис. 2. Макет размещения табличек на скамейках запасных

и) обеспечить размещение представленных РПЛ рекламных материалов Титульного, официальных спонсоров, партнеров РПЛ и Основного вещателя на электронно-информационном табло Стадиона, в том числе:

- в форме рекламных видео роликов в объеме: до 3 минут до начала Матча, до 6 минут в перерыве Матча, до 3 минут по окончании Матча; продолжительность одного рекламного ролика – без ограничений, в рамках общего количества предоставленного времени.

- демонстрация рекламных видеороликов официальных спонсоров, партнеров и Основного вещателя должна заканчиваться не ранее чем за 20 минут до начала матча.

Все рекламные материалы официальных спонсоров, партнеров РПЛ и Основного вещателя должны размещаться в неискаженном виде в соответствии с медиа-планом, согласованным РПЛ.

При этом размер одного логотипа/символа не должен превышать более 30 (Тридцати) процентов рабочей поверхности электронно-информационного табло.

Указанные ограничения не распространяются на официальное наименование Мероприятия и Официальный Логотип Мероприятия, которые должны размещаться на табло все время при демонстрации счета Матча;

к) обеспечить размещение эмблемы РПЛ с информацией (в случае согласования по ходу сезона) о титульном спонсоре/партнере Чемпионата на правом рукаве игровой формы всех игроков команды Клуба в виде шеврона или по решению РПЛ эмблему титульного спонсора на номерах игровых футболок.

Допускается любой способ нанесения шевронов (термопечать, аппликация, вышивка) при условии соблюдения цветовой гаммы.



Yellow
CMYK 0 5 95 0
PANTONE 108c

Black
CMYK 50 50 50 100
PANTONE Black 6c

Перед началом каждого сезона шевроны в необходимом количестве предоставляются РПЛ по запросу Клуба. Клуб вправе самостоятельно изготавливать шевроны при точном соблюдении размеров и цветовой палитры.

Логотип, предназначенный для размещения на номерах игровых футболок, представляет собой эмблему Чемпионата.

Логотип Чемпионата должен быть размещен на каждой цифре персонального номера игрока на игровой форме.

Логотип располагается в нижней части цифры на расстоянии 10 мм - 15 мм (зависит от толщины выбранного шрифта) от нижней кромки цифр "1", "2", "4", "7".

На цифре "2" логотип размещается по центру горизонтальной ножки цифры.

На цифрах "3", "5", "6", "8", "9", "0" логотип размещается по центру цифры в нижней ее части.

По согласованию с РПЛ клуб - действующий чемпион имеет право на нанесение чемпионского шеврона на игровую форму на один сезон (следующий за тем, в котором Клуб был признан чемпионом РПЛ). Дизайн (макет) такого шеврона определяется РПЛ.

л) Обеспечить проведение спонсорами Премьер-Лиги ВТЛ- мероприятий в количестве до 4-х за сезон для домашних матчей каждого Клуба, при условии, что это допустимо действующим на момент проведения мероприятия Санитарным Регламентом Чемпионата.

РПЛ уведомляет Клуб о намерении спонсора или партнера провести ВТЛ-мероприятие не позднее, чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до планируемой даты проведения соответствующего ВТЛ-мероприятия, а Клуб обязуется направить в РПЛ подтверждение согласования проведения ВТЛ-мероприятия не позднее, чем за 7 (семь) дней до даты проведения соответствующего Матча, на котором планируется проведение ВТЛ-мероприятия.

Обеспечить проведение спонсорами Чемпионата и/или РПЛ промо мероприятий на всех домашних матчах каждого Клуба, при условии, что это допустимо действующим на момент проведения мероприятия Санитарным Регламентом Чемпионата.

При проведении ВТЛ-мероприятий и промо-мероприятий спонсора Клуб обязан обеспечить размещение демонстрационных зон и иных интерактивных зон спонсора в местах доступа зрителей (подтрибунных помещениях и на прилегающей территории Стадиона) к каждой трибуне Стадиона, включая согласованные VIP- зоны.

м) предоставлять РПЛ на каждый Матч, в соответствии с письменными заявками Спонсоров без оплаты со стороны РПЛ, в срок не позднее чем за 4 (четыре) дня до начала Матча:

- входные билеты высшей категории VIP (с пропусками для въезда автомобилей на территорию стадиона с правом парковки) – 10 (десять) билетов и 5 (пять) парковок;
- входные билеты категории VIP (с пропусками для въезда автомобилей на территорию стадиона с правом парковки) – 32 (тридцать два) билета и 27 (двадцать семь) парковок;
- входные билеты улучшенной категории – 65 (шестьдесят пять) билетов;
- автопропуска для телевизионной техники (ОВ) - **20 (двадцать) автопропусков.**

Применительно к данному пункту, высшей категорией VIP является высшая по цене и набору дополнительно предоставляемых услуг (включая кейтеринг) категория билетов в официальной билетной программе Клуба. Билетами улучшенной категории являются билеты на места, расположенные в центральных секторах одной из центральных трибун стадиона.

Билеты сверх квоты, указанной в настоящем подпункте, предоставляются РПЛ на возмездной основе на основании письменной заявки, при этом Клуб вправе отказать в предоставлении дополнительных билетов, если заявка на их получение была подана менее чем за семь дней до даты проведения соответствующего матча;

В случае если за 2 (два) дня до матча спонсор РПЛ или представитель РПЛ не уведомил (в т.ч. по электронной почте) Клуб о подтверждении билетной квоты спонсоров и партнеров РПЛ, принимающий Клуб вправе распорядиться данной квотой по своему собственному усмотрению.

Клуб также предоставляет РФС на каждый Матч без оплаты со стороны РФС, в срок не позднее, чем за 4 (четыре) дня до начала Матча, 10 (десять) входных билетов без категории

(улучшенной категории при наличии) в целях исполнения РФС взятых на себя обязательств перед своими спонсорами и партнерами.

Кроме указанных выше квот, принимающий Клуб предоставляет Клубу-гостю на каждый Матч, без оплаты со стороны клуба-гостя, в срок не позднее, чем за 4 (четыре) дня до начала Матча, 20 (двадцать) входных билетов высшей категории VIP (или отдельную ложу высшей категории VIP в центральных зонах трибун, расположенных напротив границ от одной лицевой линии штрафной зоны до другой лицевой линии штрафной зоны футбольного поля, вместимостью не менее 20 человек, если между Клубом-гостем и принимающим Клубом письменно не согласована иная квота). При необходимости РПЛ может утвердить схему, согласно которой определяется указанная в настоящем абзаце зона трибун.

н) урегулировать все организационные и технические вопросы, возникающие в связи с выполнением обязательств перед официальными спонсорами и партнерами Чемпионата и/или РПЛ, с администрацией Стадионов. В частности, без ущерба для других позиций, обеспечить следующее:

- не менее чем за три часа до начала Матча на Стадионе должны быть размещены все рекламные материалы в соответствии с настоящим Положением и схемой, утвержденной РПЛ;

о) обеспечить вручение учрежденных РПЛ, ОВ, официальными спонсорами и партнерами Чемпионата призов, в том числе на футбольном поле, перед началом Матча, в перерыве Матча и по окончании Матча, при условии, что их проведение было заблаговременно (не позднее 5 дней) согласовано с Клубом;

п) соблюдать единые требования и стандарты в отношении размещения рекламных материалов официальных спонсоров и партнеров Чемпионата и/или РПЛ на любых рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;

р) обеспечить размещение предоставленных РПЛ арки для выхода команд, презентационного баннера и стойки для игрового мяча Чемпионата в местах, определённых РПЛ и ОВ.

с) обеспечить размещение в чаше домашнего стадиона флага Чемпионата.

т) предоставить третьим лицам, письменно указанным РПЛ Клубу, аккредитацию на все Матчи Чемпионата (аналогичный доступ как у представителей прессы и средств массовой информации с беспрепятственным обзором и рабочее место с подключением к сети Интернет) в целях сбора спортивных данных – не более двух представителей соответствующего третьего лица, письменно указанного РПЛ.

6. Матчевые и рекламные материалы.

РПЛ предоставляет Клубу следующие рекламные материалы, оборудование и предметы экипировки, необходимые для реализации обязательств РПЛ перед официальными спонсорами и партнерами Чемпионата и/или РПЛ:

- баннер , предусмотренный подпунктом «б» статьи 5 настоящего Регламента, рекламные
- материалы для размещения на рекламных носителях, макеты рекламных материалов для изготовления и размещения на рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;
- баннер для построения команд;
- рекламно-информационные панно для их размещения при проведении послематчевых пресс-конференций, flash-интервью, а также в микст-зоне;
- арку выхода команд;
- стойку под официальный мяч Турнира;
- таблички для скамейки запасных;
- табличка на автобус;
- флаг Чемпионата;
- аудио и видеоматериалы для их размещения на Стадионе при проведении Матчей.

7. Особые положения.

Все положения (порядок оказания услуг, размер сумм, порядок расчета, сроки, ответственность сторон, штрафные санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение указанных выше требований, и т.д.), не предусмотренные настоящим Регламентом, регулируются договорами между РПЛ и Клубами, а также между РПЛ и ОВ, которые должны быть заключены не позднее, чем за 10 дней до начала Чемпионата, а также Решениями Общего собрания РПЛ, имеющими обязательную силу для всех Клубов РПЛ.