

УТВЕРЖДЕНО
Решением Высшего совета
Общероссийской общественной организации
«Спортивная федерация (союз) регби России»
(Протокол № 5 от 14.03.2025)
Президент - Председатель Высшего совета


И.Ю.Артемьев

КОММЕРЧЕСКИЙ РЕГЛАМЕНТ ЧЕМПИОНАТА И КУБКА РОССИИ ПО РЕГБИ 2025 г.

Москва, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ПОЛНЫЕ И СОКРАЩЕННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ	2
ГЛАВА 2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
ГЛАВА 3. ПРАВА ФРР	4
ГЛАВА 4. ПРАВА КЛУБА	5
ГЛАВА 5. РЕКЛАМНОЕ ПРОСТРАНСТВО ЧЕМПИОНАТА	5
ГЛАВА 6. ОБЯЗАННОСТИ КЛУБА	7
ГЛАВА 7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕИСПОЛНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ РЕГЛАМЕНТА	9
ГЛАВА 8. ТРЕБОВАНИЯ К ИЗГОТОВЛЕНИЮ И РАЗМЕЩЕНИЮ РИМ	9
ГЛАВА 9. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ	14

ГЛАВА 1. ПОЛНЫЕ И СОКРАЩЕННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

1.1 В Регламенте используются следующие названия и определения:

ФРР	Общероссийская общественная организация «Спортивная федерация (союз) регби России»
Чемпионат	Чемпионат и Кубок России по регби 2025 г.
Титульный спонсор ФРР Чемпионата и Кубка России по регби среди мужчин	ООО «БК «Пари» (Букмекерская контора PARI) Лицензия на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах или тотализаторах № Л027-00108-77/00395483 от 14.08.2009.
Спонсор	Организация, заключившая спонсорский (партнерский) договор с ФРР или Клубом
Технический спонсор Клуба / ФРР	Лицо, предоставляющее спортивный инвентарь, используемый для проведения Чемпионата в рамках отдельного соглашения
Матч	Регбийный матч, проводимый в рамках Чемпионата
Клуб	Регбийный клуб-участник Чемпионата
Клуб-хозяин	Клуб участник Чемпионата, принимающая сторона Чемпионата
Стадион	Спортивные объекты, на которых проводятся соревнования под эгидой ФРР
Рекламные конструкции	Специальные конструкции, имеющие возможность размещения на них рекламных материалов (защиты ворот, флажков зачетного поля с защитой, щитов, стен, стендов, строительных сеток, перетяжек, баннеров, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, азростатов, надувных конструкции и иных технических средств, монтируемых и располагаемых на стенах, заборах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, обращенных лицевой стороной к зрителям стадиона)
Реклама в СМИ, интернете	Реклама с помощью элементов цифровой графики и визуального отображения при размещении информации в сети интернет или в рамках трансляции
Промо-мероприятие	Распространение (без взимания платы) продукции путем ее размещения на промо-стойках, в том числе с помощью промо-персонала, в местах доступа зрителей Матчей, а также у входных групп стадиона
Рекламно-информационные материалы (РИМ)	Материалы, содержащие информацию о рекламируемых товарах, работах и услугах, в том числе сами товары, являющиеся объектами рекламирования, соответствующие требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе

Товарная категория	Совокупность товаров и/или услуг, которые имеют схожие характеристики, определяющих соответствие группы товаров и услуг спонсоров
Соглашение о распределении рекламного пространства Приложение № 2 к Регламенту (Форма)	Документ, заключаемый между ФРР и Клубом, определяющий места, размер, порядок и характер использования рекламных площадей и размещения рекламных материалов в период проведения Чемпионата с учетом заинтересованности Сторон

ГЛАВА 2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

2.1 Настоящий Регламент устанавливает нормы, регулирующие организацию и проведение Чемпионата в части маркетинга и рекламы, определяет права и обязанности всех заинтересованных сторон, при этом является неотъемлемой частью основного Регламента Чемпионата 2025 г.

2.2 ФРР в соответствии с Федеральным законом от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» обладает исключительным правом на размещение рекламы товаров, работ и услуг в месте проведения спортивного мероприятия (Чемпионата), правом на использование наименования мероприятия и его символики.

2.3 ФРР вправе осуществлять коммерческую деятельность по распоряжению имущественным комплексом прав на Чемпионат, а также вправе полностью или частично делегировать свои права третьим лицам.

2.4 Соблюдение требований настоящего Регламента является обязательным для Клуба. Участие в Чемпионате (в том числе при заключении Договора об участии в Чемпионате) подтверждает их ознакомление и согласие с положениями Регламента.

2.5 Основные направления деятельности ФРР в рамках Чемпионата и настоящего Регламента:

- Распоряжение правами на использование названия Чемпионата, логотипа, символики и иных официальных обозначений;
- Распоряжение правами на размещение рекламы в рамках проведения Чемпионата;
- Распоряжение правами на выбор спонсоров и партнеров Чемпионата;
- Распоряжение правом предоставления исключительных прав третьим лицам, защиту данных прав, порядок выбора и распределения рекламного пространства;
- Контроль и регламентация коммерческой деятельности в сфере рекламы на Чемпионате.

2.6 Взаимодействие сторон (в том числе запрос на разъяснение положений настоящего Регламента, согласование, уведомления и т.д.) производится в письменной форме, путем направления сканированных образов документов с печатью и подписью уполномоченных лиц на официальный электронный адрес ФРР: info@rugby.ru. Срок рассмотрения поступающих документов составляет до 14 (четырнадцати) календарных дней.

2.7 Коммерческий департамент ФРР является ответственным за работу по исполнению положений настоящего Регламента.

2.8 Контроль за соблюдением требований настоящего Регламента осуществляют лица, уполномоченные Правлением ФРР по ходатайству коммерческого департамента ФРР, в зависимости от существа затронутых прав.

2.9 Споры, возникшие в связи с требованиями настоящего Регламента, а также вопросы наложения предусмотренных Регламентом штрафов и иных санкций, передаются на

рассмотрение Контрольно-дисциплинарного комитета ФРР по ходатайству коммерческого департамента ФРР.

2.10 Любой спор, разногласия или претензия в связи с требованиями настоящего Регламента либо иным образом вытекающие из настоящего Регламента, неурегулированные в досудебном порядке между сторонами или с участием иных лиц, выразивших свою волю на обязательность для них настоящего Регламента, разрешаются путем арбитража, администрируемого «Национальным Центром Спортивного Арбитража» при Автономной некоммерческой организации «Спортивная Арбитражная Палата» в соответствии с положениями Регламента спортивного арбитража, решение которого является обязательным для сторон.

ГЛАВА 3. ПРАВА ФРР

3.1 Привлекать спонсоров и партнеров, предоставлять им статусы и категории, иные коммерческие обозначения, определять объем их присутствия в рекламном пространстве Чемпионата.

3.2 Предоставлять право эксклюзивности определенной товарной категории, спонсору, партнеру. Не допускается пересечение товарных категорий в период проведения Чемпионата без письменного согласования ФРР.

3.3 Обладает исключительными правами на логотипы, символику, фирменный стиль, официальные слоганы и названия Чемпионата, товарные знаки и торговые марки ФРР.

3.4 Обладает правом без ограничения передавать третьим лицам полностью или частично исключительные права, связанные с проведением Чемпионата.

3.5 Обладает правом на производство и реализацию сувенирной, полиграфической и иной продукции соревнований Чемпионата. ФРР вправе делегировать это право конкретному Клубу или организации.

3.6 ФРР привлекает спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата, а также резервирует любые товарные категории с целью обеспечения эксклюзивности привлеченных спонсоров (партнеров, рекламодателей) в их товарных категориях, определяет условия такой эксклюзивности. Для обеспечения настоящего положения ФРР направляет в Клубы информационное письмо с перечнем зарезервированных за ФРР товарных категорий и условиями эксклюзивности спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата, а также согласовывает товарные категории, места размещения и внешний вид рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба во время проведения Матчей с правом отказать в согласовании спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба при пересечении по товарным категориям, зарезервированным за ФРР, или при нарушении Клубом условий эксклюзивности, указанных выше.

3.7 Обладает правом защиты эксклюзивности соглашения между ФРР и спонсором / партнером ФРР, об условиях которого Клуб уведомлен.

3.8 Имеет право контролировать исполнение Клубом норм и требований настоящего Регламента, исполнение условий Соглашения о распределении рекламного пространства, налагать штрафы и санкции, в случае выявления нарушений со стороны Клубов.

3.9 Использовать рекламные возможности сооружений (стадионов) и Клуба, специального оборудования, интернет-пространства для размещения РИМ.

3.10 Имеет приоритетное право на размещение РИМ в зоне видимости телекамер.

3.11 Имеет исключительное право устанавливать порядок использования всех прав, при реализации и распределения рекламного пространства (в том числе цифрового) в рамках Чемпионата.

3.12 Предоставлять разрешения на использования логотипов, фирменного стиля, символики и иных объектов исключительных прав для производства контента с целью популяризации Чемпионата и вида спорта регби.

3.13 Имеет право проводить любого рода рекламные акции, промоакции, специальные маркетинговые мероприятия во время проведения Чемпионата.

3.14 Иные права, предусмотренные Договорами об участии между ФРР и Клубом, Регламентами ФРР, законодательством РФ.

ГЛАВА 4. ПРАВА КЛУБА

4.1 Клуб вправе использовать часть прав на Чемпионат, в том числе в коммерческих целях, в порядке и на условиях, предусмотренных настоящим Регламентом, Соглашением о распределении рекламного пространства.

4.2 Клуб не вправе использовать объекты исключительных прав, принадлежащих ФРР без письменного согласования ФРР, а также в случаях, не связанных с организацией и проведением Чемпионата.

4.3 Не вправе привлекать индивидуальных спонсоров, оказывающих услуги по организации азартных игр и лотерей из категории «Букмекер» без предварительного (то есть до заключения спонсорского соглашения между Клубом и спонсором) письменного согласования ФРР. В данной категории рекламные носители и их виды, места размещения рекламы и ее продолжительность, а также иные условия размещения согласовываются Сторонами в каждом случае индивидуально. В случае нарушения данного положения Регламента Клуб обязуется возместить полный размер штрафных санкций за нарушение эксклюзивности прав Титульного спонсора ФРР на основании направленного ФРР требования.

4.4 Клуб вправе без согласования с ФРР использовать наименование, логотипы Чемпионата, других Клубов для предоставления информации и анонсов матчей Чемпионата посредством СМИ и собственных каналов коммуникации.

4.5 Использовать РИМ предоставленные ФРР только в соответствии с положениями Регламента и не вправе использовать, распространять и передавать их третьим лицам, за исключением случаев привлечения третьих лиц для целей оказания Клубу услуг, в связи с исполнением своих обязательств в рамках настоящего Регламента.

4.6 Запрашивать у Департамента коммуникаций ФРР эфирные справки, прошедших трансляций и медиа-рейтинги, информацию о возможных технологиях отслеживания времени эффективной демонстрации логотипов спонсоров в рамках трансляции, перечне возможного цифрового инвентаря, который может быть предоставлен Клубу для расширения собственных рекламных возможностей.

4.7 Клуб вправе заключать соглашения со спонсорами и партнерами о рекламных возможностях на Чемпионате, при условии согласования спонсоров и категорий товаров с ФРР.

4.8 Размещать рекламу спонсоров и партнеров в соответствии с условиями настоящего Регламента, Соглашения о распределении рекламного пространства.

4.9 Иные права, предусмотренные Договорами об участии между ФРР и Клубом, Регламентами ФРР, законодательством РФ.

ГЛАВА 5. РЕКЛАМНОЕ ПРОСТРАНСТВО ЧЕМПИОНАТА

5.1 ФРР вправе устанавливать размеры, расположение, технические требования и количества рекламных конструкций, определять рекламное пространство Чемпионата.

5.2 Клуб обязан предоставить в ФРР по запросу:

- Список спонсоров / партнеров Клуба;
- Рекламные возможности стадионов (планограмма стадиона с техническими характеристиками и описанием рекламных носителей);
- Иные документы по запросу коммерческого департамента в целях реализации настоящего Регламента.

5.3 Клуб обязан иметь подразделение (специалиста), ответственное за работу с партнерами Клуба и спонсорами (партнерами, рекламодателями), за размещение рекламы на спортооружии, экипировке, оборудовании, интернет-сайте и полиграфической продукции, за хранение РИМ

5.4 Клубы обязуются обеспечить надлежащее состояние и поддержание надлежащего внешнего вида рекламных конструкций и рекламных материалов спонсоров, партнеров Чемпионата. При повреждении РИМ, Клубы обязуются незамедлительно извещать об этом ФРР.

5.5 Клуб обязан предусмотреть статичные рекламные конструкции для размещения не менее 23 (двадцати трех) позиций рекламных баннеров, имеющих согласованные с ФРР размеры, но не менее 4,77м x 0,75м, на первой линии рекламных конструкций в зоне видимости телевизионных камер. Предпочтительное общее количество рекламных конструкций для обеспечения качественного присутствия спонсоров на Матче не менее 30 позиций.

5.6 При наличии на Стадионах LED-панелей (или подобных конструкций) должны соблюдаться следующие условия:

- Рекомендуемая суммарная длина конструкции должна быть не менее 100 (ста) метров и полностью соответствовать периметру игрового поля включая зачетное поле. В случае, если длина установки менее 100 (ста) метров, Клуб добавляет статические рекламные конструкции, с учетом требований настоящего Регламента;
- Время демонстрации рекламных материалов партнеров и спонсоров ФРР на LED-панелях в игровое время Матча не может составлять менее 40 минут;
- Обеспечить единое визуальное восприятие всей плоскости рекламных линий.

5.7 В период проведения Чемпионата, Клубом обеспечивается отсутствие перед первой линией рекламных конструкций каких-либо лиц, не являющихся участниками Матча, в том числе технического персонала и сотрудников служб безопасности, за исключением случаев, когда присутствие указанных лиц обусловлено служебной необходимостью. Клуб обязан обеспечить отсутствие предметов, которые загораживают указанные конструкции от обзора телевизионных камер или каким-либо иным образом нарушают визуальное восприятие информации, размещенной на указанных рекламных конструкциях.

5.8 Использование рекламно-информационных панно (задников), предоставленных ФРР для размещения в зале Пресс-конференций, в том числе для коротких интервью (Флеш - интервью) и для размещения в смешанной зоне, является обязательным.

5.9 Клуб дает свое согласие и гарантии обеспечения прав, что ФРР, Спонсор ФРР, или третьи лица по его поручению вправе осуществлять фото и видео съемку и иными способами фиксировать деятельность спортсменов, тренеров в рекламных и информационных целях, с последующим размещением полученных материалов в любых средствах коммуникации, если это не противоречит действующему законодательству Российской Федерации.

ГЛАВА 6. ОБЯЗАННОСТИ КЛУБА

6.1 Клуб предоставляет права и выражает ФРР согласие на использование имиджа игроков и тренеров клубов участников Чемпионата, которое включает в себя их фото- и видеоизображение, имя, фамилию, образ, в материалах ФРР (Спонсорах ФРР), в том числе на интернет-сайте и на продукции ФРР (Спонсора). Условия каждого конкретного использования имиджа игроков, клубов, участников Чемпионата должны быть предварительно письменно согласованы сторонами. Под имиджевыми правами понимается право на имя, фамилию, псевдоним, прозвище, благодаря которому данное лицо известно, его инициалы, образ, изображение, внешний вид, подпись, (в т.ч. факсимильная), иные аспекты личной идентичности, которые указывают на данное лицо.

6.2 Клуб обязан соблюдать требования Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и требования других нормативно-правовых актов Российской Федерации, в том числе Клуб обязан не допускать размещения в период проведения Чемпионата рекламы с политическим, религиозным и (или) расистским содержанием.

6.3 Клуб обязуется обеспечить точное и неискаженное использование официальных наименований Чемпионата и эмблемы Чемпионата, как самостоятельно (во всех ресурсах, в т.ч. в сети Интернет), так и любыми СМИ (по распоряжению Клубов), при размещении официальной информации о Чемпионате (в том числе: отчеты, протоколы, турнирные таблицы, справочники и др.), а также размещение РИМ ФРР или спонсоров ФРР.

6.4 Своим участием в Чемпионате каждый Клуб подтверждает право ФРР определять коммерческую политику, связанную с исполнением спонсорских обязательств, размещением РИМ, реализацией сувенирной продукции, товаров с символикой и другим коммерческим использованием потенциала Чемпионата, использовать официальную символику, логотипы или другие права на интеллектуальную собственность Клуба, предварительно письменно уведомив Клуб об этом.

6.5 Клуб обязан не позднее чем за месяц до старта соревнований предоставить список всего перечня имеющихся рекламных конструкций и иных возможностей размещения РИМ (включая положения о программе гостеприимства и билетах, официальном сайте, группах и сообществах).

6.6 Клуб обязан осуществлять размещение рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) ФРР.

6.7 Клуб обязан обеспечивать монтаж предоставленных ФРР РИМ и информации о спонсорах (партнерах, рекламодателях) Чемпионата. Монтаж РИМ должен быть проконтролирован Клубом-хозяином, осуществлен в полном соответствии с техническими требованиями ФРР и регламентируется Соглашением о распределении рекламного пространства.

6.8 Клуб обязан обеспечить размещение на игровой спортивной форме игроков информацию о Спонсоре (партнере) ФРР, руководствуясь соглашением о распределении рекламного пространства. Электронный макет эмблемы или логотип, шеврон, надпись, подлежащая размещению, предоставляется ФРР не позднее чем за месяц до старта соревнований. Клубы обязуются обеспечить надлежащее состояние и поддерживать надлежащий внешний вид рекламных эмблем или логотипов на форме игроков.

6.9 Клуб заверяет и гарантирует:

- спортсмены и тренеры, иные привлеченные специалисты не будут позволять себе поступков/действий, которые наносят или могут нанести вред деловой репутации ФРР, спонсора / партнера ФРР;
- спортсмены и тренеры, иные специалисты не будут использовать бренд спонсора / партнера ФРР в целях причинения ему вреда, не будут подвергать критике (в том

числе публичной) деятельность ФРР, спонсора / партнера ФРР, его финансовую устойчивость, профессионализм и т.д.

- обязуется поддерживать репутацию ФРР во время публичных мероприятий, контактов спортсменов, тренеров с третьими лицами, в том числе с болельщиками, в СМИ, не распространять информацию и не делать заявлений, способных причинить ущерб (в т.ч. деловой репутации) интересам ФРР, спонсора / партнера ФРР или их работникам.

6.10 В случае утверждения ФРР новой символики Клуб обязан использовать обновленную символику во всех РИМ.

6.11 Клуб обязан обеспечить возможность установки подиумов и иных конструкций на трибунах Стадионов в зоне видимости ТВ-камер для целей экспонирования продукции спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата, организации специально оборудованных мест и т.п. ФРР уведомляет о необходимости установки подиумов и иных конструкций за 1 (один) календарный месяц до начала Чемпионата / Матча. Возможные расходы, связанные с такой установкой, несет ФРР или спонсор (партнер, рекламодатель) Чемпионата.

6.12 Клуб обязан предоставить ФРР спецификацию рекламного инвентаря стадиона, размеры существующих конструкции первой линии, второй линии, рекламных конструкций, размещаемых в зонах видимости ТВ-камер.

6.13 Клуб-хозяин обязан решить все организационные и технические вопросы, возникающие в связи с выполнением обязательств перед Спонсорами (партнерами) Чемпионата и/или ФРР, Стадионами, а в случае необходимости - с местными органами власти, в том числе с территориальными органами внутренних дел и правопорядка.

6.14 Клуб обязуется разработать билетную политику и реализовывать билеты на все домашние матчи Чемпионата (онлайн и/или в кассах).

6.15 Клуб обязуется согласовывать с ФРР:

- Первоначальный перечень спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба, а также изменения в нем — не позднее, чем за 2 недели до подписания соответствующих соглашений и фактического размещения рекламных материалов, а также изменения в нем в течение сезона;
- Перечень позиций для размещения рекламных материалов, в том числе позиций, не предусмотренных ФРР и Соглашением о распределении рекламного пространства;
- Макеты всех рекламных материалов, планируемых к размещению на объектах размещения; Решение о согласовании рекламных материалов направляется ФРР не позднее пяти рабочих дней с момента получения соответствующего письма; Решение о согласовании РИМ не включает в себя проверку РИМ на соответствие Закону о рекламе.
- Согласовывать с ФРР эскизы игровой формы, на условиях настоящего Регламента и Медиа Регламента. Также эскизы игровой формы для согласования необходимо направлять на электронную почту volodarskaya@rugby.ru

6.16 Клуб обязуется в отношении исключительных прав ФРР и эксклюзивности:

- Не иметь действующих договоров в отношении Чемпионата с компаниями, имеющими пересечения по зарезервированным за ФРР товарным категориям в нарушение установленных ФРР условий эксклюзивности спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата;
- Не допускать размещения каких-либо аудио-, видео-, печатных и иных рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба и (или) третьих лиц, имеющих пересечения по зарезервированным за ФРР товарным категориям в нарушение установленных ФРР условий эксклюзивности спонсоров (партнеров,

рекламодателей) Чемпионата, а также размещения такими спонсорами и (или) третьими лицами рекламных материалов;

- Не допускать размещения на щитовых конструкциях и иных рекламных носителях на Стадионе рекламных материалов юридических и физических лиц, конкурирующих со Спонсорами (партнерами) по основным товарным категориям, за исключением рекламных материалов, размещаемых согласно заключенным Клубом договорам, предварительно согласованным с ФРР.

6.17 Клуб-хозяин обязан предоставить ФРР место/помещение на стадионе во время проведения матча для организации выездной торговли магазина «Регби-Маркет».

ГЛАВА 7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕИСПОЛНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ РЕГЛАМЕНТА

7.1 В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения требований Регламента на Клуб могут быть наложены денежные штрафы в соответствии с **Приложением № 1** к настоящему Регламенту.

7.2 Силами штатных сотрудников или привлеченных специалистов ФРР осуществляет контроль за исполнением и размещением Клубами РИМ в соответствии с требованиями настоящего Регламента и условиями Соглашения о распределении рекламного пространства, состоянием РИМ на стадионах, а также контролирует исполнение Клубами иных требований Регламента ФРР.

7.3 При первичном выявлении нарушения сотрудник коммерческого департамента ФРР направляет в Клуб уведомление об устранении нарушения в сроки указанные в уведомлении.

При своевременном и оперативном устранении нарушения штрафные санкции на Клуб не налагаются, за исключением нарушения исключительных прав ФРР, нарушения положений настоящего Регламента о репутации, а также условий эксклюзивности спонсорских обязательств ФРР.

ГЛАВА 8. ТРЕБОВАНИЯ К ИЗГОТОВЛЕНИЮ И РАЗМЕЩЕНИЮ РИМ

8.1 Оценка состояния РИМ спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата, фиксация выявленных дефектов производится на основании чек-листа комиссара матча (по форме **Приложения № 3** к настоящему Регламенту), фотоотчетов, предоставляемых в ФРР штатными сотрудниками или привлеченными специалистами, на основании фотоотчетов спонсоров / партнеров, а также на основании фотоотчетов, предоставляемых Клубом.

Итоговая форма чек – листа с заполненными графами в части спонсоров и РИМ направляется Клубам, комиссарам матча, иным заинтересованным лицам, по электронной почте сотрудниками коммерческого департамента ФРР не позднее, чем за 2 (две) недели до начала сезона (половины сезона).

8.2 При размещении баннеров на рекламных конструкциях должен соблюдаться следующий принцип распределения площадей в зоне видимости телевизионных камер: не менее 70 % рекламных баннеров (не менее 20 позиций) предназначены для размещения рекламных материалов Спонсоров (партнеров) ФРР, и не менее 30 % рекламных баннеров предназначены для размещения рекламных материалов спонсоров (партнеров) Клубов. Размещение баннеров на иных рекламных конструкциях подлежат письменному согласованию с ФРР до старта сезона, но не позднее чем за три дня до домашнего матча. Стороны вправе пересмотреть принцип распределения площадей в Соглашении о распределении рекламного пространства.

8.3 РИМ, предоставленные ФРР, не могут быть изменены Клубом по форме и/или содержанию без письменного согласования.

8.4 В случае порчи или утери РИМ, предоставленных со стороны ФРР или произведенных за счет ФРР, Клуб производит ремонт или приобретение (изготовление) новых РИМ за свой счет, предварительно получив от ФРР макет, восстанавливаемого РИМ.

8.5 ФРР предоставляет Клубу следующие РИМ, оборудование и предметы экипировки, необходимые для реализации обязательств ФРР перед Спонсорами (партнерами) Чемпионата и/или ФРР:

- Баннеры партнеров и спонсоров ФРР для размещения на первой линии рекламных конструкций;
- Брендированные накладки для Защиты ворот;
- Накладки для Флажков зачетного поля;
- Флажки;
- Арку выхода на поле;
- Тумбу под мяч;
- Рекламно-информационные панно (задники) для пресс-воллов, а также соответствующие наклейки для них: панно для проведения послематчевых пресс-конференций размером 3х2м, также панно для проведения интервью в Смешанной зоне, размером 3х2 м (размер панно может быть изменен по согласованию с ФРР);
- Рекламные и информационные аудио- и видеоматериалы, элементы дизайна, цифровую графику, тексты объявлений диктора для их размещения на Стадионе при проведении Матчей;
- Макеты рекламных материалов и рекламные материалы для изготовления и размещения на рекламных носителях, предусмотренных настоящим Регламентом;
- Иные материалы по согласованию ФРР и Клуба;

8.6 Первая линия рекламных конструкций должна быть неразрывна, кроме случая расположения рекламных конструкций со стороны технической зоны команд (мест запасных игроков) и если это не нарушает требований службы безопасности стадиона. При расположении рекламных конструкций со стороны технической зоны разрыв между рекламными щитами должен быть от 1,5 (одного с половиной) до 2 (двух) метров напротив каждой из технических зон.

8.7 В случае, если конструктивные особенности спортивного сооружения не позволяют обеспечить неразрывность рекламных конструкций, как вдоль одной из линий регбийного поля, так и между собой (в зоне угловых флагов, со стороны технической зоны команд), допускается наличие соответствующего разрыва между рекламными конструкциями при условии письменного согласования с ФРР в срок не менее 1 (одного) календарного месяца до начала сезона.

8.8 Все РИМ должны быть чистыми, надежно закреплены, натянуты и не иметь загибов и/или волн. С обратной стороны рекламных конструкций Клуба обязаны обеспечить эстетическое восприятие обратной стороны рекламной линии (натянуть сетку, произвести покраску, нанести информацию, не являющуюся рекламой и т.п.).

8.9 В случае отсутствия у Клуба достаточного количества баннеров Спонсоров (партнеров) Клуба для заполнения всех своих позиций в первой линии рекламных конструкций необходимо уведомить ФРР о количестве данных позиции. Свободные позиции должны быть заполнены баннерами по предоставленным ФРР макетам, или в

случае отсутствия таковых, баннерами с информацией с целью популяризации вида спорта регби некоммерческого характера.

8.10 Клубы обязаны обеспечить размещение товарных знаков/логотипов Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР в указанной ФРР последовательности.

8.11 Расположение, очередность, хронометраж, размеры, надпись, форма и т.п. товарных знаков/логотипов, размещаемых на печатной / электронной продукции, выпускаемой к Матчам, и их содержание не могут быть изменены Клубом без письменного согласования с ФРР.

8.12 Размеры логотипов Спонсоров (партнеров) ФРР, размещаемых на печатной / электронной продукции, выпускаемой к Матчам Клубами, должны быть не меньше размеров логотипов Спонсоров (партнеров) Клуба. Проекты расположения логотипов Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР, размещаемые на печатной / электронной продукции, выпускаемой к Матчам Клубами, предоставляются ФРР. Макеты должны быть предварительно проверены и согласованы перед производством с ответственным сотрудником коммерческого департамента ФРР не позднее, чем за 10 (десять) дней до начала первого домашнего Матча в рамках Чемпионата.

8.13 Клуб обязан при наличии технической возможности обеспечить размещение предоставленных ФРР рекламных материалов Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР на электронно-информационном табло Стадиона, в том числе:

- в форме рекламных роликов в объеме: до 10-х минут до начала Матча, до 5-х минут в перерыве Матча, до 5-х минут по окончании Матча;
- в форме логотипов и символов в объеме: до 2-х минут до начала Матча, до 2-х минут в перерыве Матча, до 2-х минут по окончании Матча, до 5-ти минут в течение времени каждого тайма Матча без прерывания показа времени игры.

8.14 Клуб обязан обеспечить размещение рекламных материалов в форме наклеек Спонсоров (партнеров) ФРР, предоставленных ФРР, на перекладине ворот с двух сторон так, чтобы наклейка попадала в зону видимости ТВ- и фотокамер.

8.15 Клуб обязан обеспечить размещение рекламных материалов в форме наклеек Спонсоров (партнеров) ФРР, предоставленных ФРР, на скамейках для запасных игроков, как с внутренней, так и с внешней стороны. Порядок размещения наклеек на скамейке запасных игроков устанавливает ФРР. Наклейки на скамейку запасных игроков размещаются с внутренней стороны таким образом, чтобы при нахождении на своих местах запасных игроков и административного персонала команды Клуба, наклейка попадала в зону видимости ТВ и фотокамер. При размещении наклеек с внешней стороны скамеек запасных игроков, они крепятся на одном уровне (в один ряд), и должны быть видны зрителям Стадиона и иметь эстетический вид.

8.16 Клуб-хозяин обеспечивает размещение аудиорекламы Спонсоров (партнеров) ФРР на Стадионе во время проведения Матча в соответствии с материалами, предоставленными ФРР в следующем объеме:

- до 6-ти роликов/объявлений диктора – до начала Матча;
- до 6-ти роликов/объявлений диктора – в перерыве Матча;
- до 6-ти роликов/объявлений диктора – после окончания Матча.

Продолжительность одного ролика/объявления диктора – не более 30-ти секунд.

8.17 Клуб-хозяин обязан обеспечить условия для осуществления на Стадионе во время проведения Матча демонстрации, бесплатного распространения, розыгрышей продукции, а также проведение других мероприятий Спонсоров (партнеров) ФРР, при условии, что их проведение было согласовано ФРР с Клубом не позднее, чем за 7 (семь) дней до Матча.

8.18 Предоставление бесплатных билетов для Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР определяется в объеме, согласованном исходя из вместимости стадиона, наличии билетов VIP категории и/или Ложи. В случае отсутствия обращения со стороны ФРР для получения билетов не позднее, чем за 1 день до начала Матча, Клуб вправе реализовать выделенные для ФРР (спонсора ФРР) билеты по своему усмотрению.

8.19 Клуб-хозяин не менее чем за 3 (три) часа до начала Матча обязан обеспечить на Стадионе размещение всех РИМ в соответствии с настоящим Регламентом, чек-листом (по форме **Приложения № 3** к настоящему Регламенту) и предъявить их для проверки комиссару матча, в том числе представить работоспособность электронных и акустических средств (LED-панели, табло стадиона, аудиосистема Стадиона.)

8.20 Требования к рекламным баннерам.

Баннеры для статичных (щитовых) рекламных конструкций изготавливаются из матовой виниловой армированной ткани и должны иметь размеры:

- а) высота – не менее 0,75 м;
- б) длина – не менее 4,77 м.

Расположение и размер рекламных баннеров, размещаемых на первой линии рекламных конструкций, согласовываются Клубом и ФРР в письменном виде, в срок не позднее чем за 10 (десять) рабочих дней до даты Матча. Согласованные расположение и размеры баннеров не могут быть изменены Клубом без письменного разрешения ФРР.

Рекомендованная технология изготовления. Матовая виниловая армированная ткань баннеров для статичных (щитовых) рекламных конструкций изготавливается по литой технологии. Поверхность для печати является матовой с лаковым покрытием. Материал баннера должен удовлетворять следующим условиям:

- а) основа: лавсановая нить;
- б) покрытие: ПВХ;
- в) плетение, нитей на дюйм: 18x13" (1000x1000D);
- г) общий вес, г/м²: 440/520;
- д) прочность на растяжение, N/5см: 2460/1440;
- е) прочность на разрыв, N: 205/185;
- ж) температурный режим, °C: -30°C...+70°C;
- з) адгезия, N/5см: 90;
- и) чернила для печати: Fujifilm Sericol Color+qj (технология дисперсии MicroV).

8.21 Требования к электронным рекламным конструкциям.

Рекомендации (технические характеристики соответствуют минимальным требованиям и спецификации).

Список рекомендуемого электронного оборудования:

- Светодиодный экран P4 (104x1 метр) - led- борт
- Светодиодный экран P4 (размер 3x2 м) - табло
- Контроллер светодиодного экрана 4K - борт
- Контроллер светодиодного экрана - табло
- Видеосервер Resolume
- Комплект коммутации

Рекламные конструкции должны соответствовать следующим требованиям:

- а) высота от 0,9 до 1,0 метра;
- б) длина – не менее 104 метров;
- в) физическое разрешение одного модуля по вертикали – не менее 48-ми пикселей;
- г) физическое разрешение одного модуля по горизонтали – не менее 96-ти пикселей;
- е) яркость – не менее 4500 кд/кв.;
- ж) угол обзора по вертикали – не менее 25-ти градусов вверх и 25-ти градусов вниз;
- з) угол обзора по горизонтали – не менее 110-ти градусов;
- и) класс защиты – IP65 (ГОСТ 14254-96 (МЭК 529-89)).

Соединение соседних элементов (отдельных светодиодных модулей) в единую рекламную строку должно быть надежным. Обращённая к регбийному полю сторона должна быть безопасной для Участников Матча. Допускается наличие на поверхности твердых элементов округлой формы и элементов произвольной формы, выполненных из эластичных материалов. Все светодиоды на лицевой стороне должны быть закрыты специальным прозрачным защитным экраном (экранами). Поверхность должна обеспечивать высокий уровень контрастности изображения, без световых бликов. Управляющий комплекс (компьютер) должен обеспечивать возможность синхронного вывода рекламных материалов по заданной программе по всей длине светодиодной рекламной строки. Программное обеспечение должно позволять демонстрировать качественную рекламную строку баннеров.

Ширина одного видимого рекламного баннера должна задаваться произвольно в интервале от 1 (одного) до 25-ти (двадцати пяти) метров с точностью не ниже 0,1 метра. Горизонтальное позиционирование баннеров выполняется с точностью не ниже 0,1 метра.

8.22 Требования к официальному сайту Клубов (в части рекламных возможностей).

Клуб должен обеспечить на безвозмездной основе размещение товарных знаков/логотипов ФРР, «Регби Маркет» и Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР на домашней странице официального сайта Клуба в глобальной компьютерной сети Интернет с установлением ссылок на домашние страницы ФРР, «Регби Маркет» и Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР. Условия размещения прописываются в Соглашении о распределении рекламного пространства. Размеры логотипов ФРР, «Регби Маркет» и Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР должны быть не меньше размеров логотипов Спонсоров (партнеров) Клубов и располагаться отдельным блоком.

Размещение рекламы во время осуществления Интернет-трансляции Матча с использованием официального сайта Клуба допускается в социальных сетях, за исключением рекламы в аналогичных товарных категориях как у Спонсоров (партнеров) Чемпионата и/или ФРР.

По требованию ФРР, Клуб должен обеспечить на своем официальном сайте в глобальной компьютерной сети Интернет размещение на безвозмездной основе информации, динамического или статического электронного баннера, связанной с реализуемыми в ходе Чемпионата мероприятиями.

8.23 Клуб, в качестве отчетных документов обязан отправить или передать в адрес ФРР в течение 3-х (трех) дней после проведенного Матча по 5 (пять) экземпляров каждого вида

печатной продукции: входных билетов, программ (предматчевые журналы), афиш, продублировать экземпляры сканированных образов на электронную почту, а также отчетные материалы:

- общее фото баннеров рекламных конструкции
- видео рекламы на LED 1-й линии;
- фото скамейки запасных игроков;
- фото шевронов на правом рукаве игроков;
- фото электронного(-ых) табло стадиона во время матча;
- отдельное фото каждого баннера 1 линий во время игры, с игроками на фоне;
- фото защиты ворот
- фото флажков зачетного поля
- фото тумбы под мяч;
- фото арки выхода команд;
- видеоролики на табло стадиона (запись всех рекламных блоков) и фото экрана;
- фото игроков на фоне задников микст и флэш зон;
- фото с пресс-конференции на фоне панно;
- фото, отражающие активности спонсоров ФРР и клуба;
- скан-образы билетов, пропусков и аккредитаций;

Фото и видео материалы размещаются Клубом в облачном хранилище, ссылка с доступом направляется в адрес ФРР по адресу электронной почты: info@rugby.ru, в копию поставить Евгению Володарскую volodarskaya@rugby.ru .

ГЛАВА 9. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

9.1 Реализация Клубом в рамках Чемпионата коммерческих прав осуществляется только на основании заключаемого с ФРР договора об участии в Чемпионате, соглашении о распределении рекламного пространства, и в соответствии с настоящим Регламентом, за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации. Клуб, не заключивший вышеуказанные договоры или отказавшийся от заключения договоров, не приобретает коммерческие права в рамках Чемпионата и не вправе реализовывать свои коммерческие обязательства перед своими партнерами и спонсорами в рамках Чемпионата.

9.2 Правоотношения сторон, не урегулированные настоящим Регламентом, регулируются договорами между ФРР и Клубом, а также Решениями уполномоченных органов ФРР, имеющими обязательную силу для всех Клубов.

9.3 Настоящий Регламент вступает в силу после утверждения Высшим советом ФРР и действует до момента утверждения новой редакции Регламента.

Приложение 1

к Коммерческому регламенту Чемпионата
и Кубка России по регби 2025 г.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕИСПОЛНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ РЕГЛАМЕНТА

№	Основание (в соответствии с Регламентом)	Размер штрафа / санкция
1	За нарушение пункта 4.2	300 000 рублей
2	За нарушение пункта 4.3	Клуб обязуется возместить полный размер штрафных санкций, примененных к ФРР Титульным спонсором ФРР, за нарушение эксклюзивности прав Титульного спонсора ФРР
3	За нарушение пункта 4.7	50 000 рублей за отсутствие согласования со стороны ФРР
4	За нарушение пункта 4.8	50 000 рублей
5	За нарушение пункта 5.2	50 000 рублей
6	За нарушение пункта 5.3	50 000 рублей
7	За нарушение пункта 5.4	30 000 рублей
8	За нарушение пункта 5.5	100 000 рублей
9	За нарушение пункта 5.7	50 000 рублей
10	За нарушение пункта 5.8	50 000 рублей
11	За нарушение пункта 6.3	50 000 рублей
12	За нарушение пункта 6.5	50 000 рублей
13	За нарушение пункта 6.6	50 000 рублей
14	За нарушение пункта 6.7	50 000 рублей
15	За нарушение пункта 6.8	50 000 рублей/5 000 рублей за каждый ненадлежащий вид логотипа или отсутствие на игровой форме/300 000 за размещение логотипа иного букмекера без предварительного согласования с ФРР
16	За нарушение пункта 6.9	300 000 рублей
17	За нарушение пункта 6.10	50 000 рублей
18	За нарушение пункта 6.11	30 000 рублей
19	За нарушение пункта 6.12	50 000 рублей
20	За нарушение пункта 6.14	100 000 рублей
21	За нарушение пункта 6.15	100 000 рублей
22	За нарушение пункта 6.16	300 000 рублей
23	За нарушение пункта 6.17	50 000 рублей
24	За нарушение пункта 8.2	50 000 рублей
25	За нарушение пункта 8.3	50 000 рублей
26	За нарушение пункта 8.4	50 000 рублей
27	За нарушение пункта 8.6	30 000 рублей
28	За нарушение пункта 8.8	30 000 рублей
29	За нарушение пункта 8.9	30 000 рублей
30	За нарушение пункта 8.10	50 000 рублей
31	За нарушение пункта 8.11	50 000 рублей

32	<i>За нарушение пункта 8.12</i>	<i>50 000 рублей</i>
33	<i>За нарушение пункта 8.13</i>	<i>50 000 рублей</i>
34	<i>За нарушение пункта 8.14</i>	<i>50 000 рублей</i>
35	<i>За нарушение пункта 8.15</i>	<i>50 000 рублей</i>
36	<i>За нарушение пункта 8.16</i>	<i>30 000 рублей</i>
37	<i>За нарушение пункта 8.17</i>	<i>100 000 рублей</i>
38	<i>За нарушение пункта 8.18</i>	<i>50 000 рублей</i>
39	<i>За нарушение пункта 8.19</i>	<i>50 000 рублей</i>
40	<i>За нарушение пункта 8.22</i>	<i>50 000 рублей</i>
41	<i>За нарушение пункта 8.23</i>	<i>100 000 рублей за отсутствие отчета/30 000 за отсутствие фото логотипов одного из спонсоров согласно чек-листу</i>

Приложение 2

к Коммерческому регламенту Чемпионата
и Кубка России по регби 2025 г.

ФОРМА СОГЛАШЕНИЯ О РАСПРЕДЕЛЕНИИ РЕКЛАМНОГО ПРОСТРАНСТВА НА ЧЕМПИОНАТЕ И КУБКЕ РОССИИ

Общероссийская общественная организация «Спортивная федерация (союз) регби России» (ООО «Федерация регби России»), далее именуемая «ФРР», в лице Генерального директора – Председателя Правления Федорова Павла Алексеевича, действующего на основании Устава, с одной стороны,

и _____, далее именуемый «Клуб», в лице _____, действующего на основании _____, вместе именуемые Стороны, заключили настоящее Соглашение о распределении рекламного пространства:

Соотношение рекламного пространства в %, ед., долях и ином измерении			Особые условия
	Клуб	ФРР	
Форма судей		Эксклюзив	
Форма персонала (комиссаров и т.д.)			
Форма регбистов		Правый рукав, грудь, шорты сзади справа	
Стадион			
Арка выхода команд на поле		Эксклюзив	
Тумба под мяч		Эксклюзив	
Печатные материалы, выпускаемые к матчам		5 логотипов спонсора+ логотип ФРР	
Наградная доска для победителей Чемпионата		Эксклюзив	
Наградные материалы Чемпионата		Эксклюзив	
Приглашения и авто-пропуска на матчи Чемпионата		5 логотипов спонсора+ логотип ФРР	
Баннеры вдоль первой линии игрового поля в зоне видимости ТВ-камер		20 баннеров	
Размещение на LED бортах стадиона (при их наличии на стадионе)		50% эфирного времени	

Баннеры вдоль второй линии за игровыми воротами в зоне видимости ТВ-камер			
Размещение на защите на воротах	-	4 стойки защиты ворот в каждом матче	
Табло стадионов		5 видео-роликов	
Защита на флажках и тряпочных флажках, обозначающих граница игрового поля		14 флажков	
Стойки флажков		14 стоек для защиты флажков в каждом матче	
Пресс-волл в зоне интервью игроков	25%	75%	
Флаги-Виндоры		4 штуки	
Реклама в СМИ, интернете Сайт, соц. сети		Не менее 10 рекламных модулей	
Места проведения Промо			
Рекламные носители размещаемые на поверхности поля и вдоль его (типа Live Ad, 3D-ковры, наклонные рекламные носители типа AdGrid, AdNetGoal и др.		Приоритетное право	
Входные билеты, абонементы, программки (предматчевые журналы), афиши, приглашения, пропуска, авто-пропуска, пресс-релизы и иные виды продукции, выпускаемой в связи с проведением Чемпионата / Матча		5 логотипов спонсора+ логотип ФРР	
Наклейки на перекладинах ворот в зоне видимости ТВ-камер			
Наклейки на скамейках для запасных ворот (внутренняя и внешняя часть)			
Аудиореклама		2 аудио	
Специальные надувные			

конструкции, световое, шумовое, проеекционное оборудование, по периметру игрового поля Стадионов			
---	--	--	--

При согласованном размещении в зоне видимости телевизионных камер изображения или наименование спонсора Клуба, оно не может быть равно или более объема, предоставленного официальному спонсору ФРР (при его наличии) в течение игрового времени Матча.

Зарезервированная категория спонсоров со стороны ФРР на сезон: «Букмекер».

Зарезервированная категория спонсоров со стороны Клуба и согласованная ФРР на сезон: «_____»

Согласование в данной категории любых РИМ и рекламных конструкций осуществляется сторонами в соответствии с требованиями Коммерческого регламента на 2025 год.

Заключенные Клубом соглашения со спонсорами на дату подписания настоящего соглашения: *перечень и существенные условия* _____.

За ФРР закрепляются следующие места на игровой форме регбистов: правый рукав, центр груди, задняя правая часть шорт.

За Клубом закрепляются следующие места на игровой форме регбистов:

...

Распределение мест на Стадионе:

За ФРР закрепляются следующие места на стадионе:

...

За Клубом закрепляются следующие места на стадионе:

...

Условия изготовления и размещения РИМ:

За счет ФРР:

...

За счет Клуба:

...

Схема распределения рекламного пространства на Стадионе на Чемпионате и Кубке России

(первая линия, вторая линия, зоны видимости ТВ-камер схематично)

Первая линия рекламных конструкций	Ближайшие к регбийному полю рекламные конструкции, располагаемые по трем сторонам (за линиями ворот и вдоль боковой линии) в зоне видимости телевизионных камер
Вторая линия рекламных конструкций	
Линии вне зоны видимости ТВ-камер	

Схема распределения рекламного пространства на форме игроков (Схематично на рисунке регбийки)

Схема распределения рекламного пространства на пресс-воллах

Приложение 3
к Коммерческому регламенту Чемпионата
и Кубка России по регби 2025 г.

**Форма чек-листа
Чемпионат и Кубок России**

НАИМЕНОВАНИЕ РИМ		НАЛИЧИЕ РИМ	КОММЕНТАРИЙ
Баннеры вдоль линии игрового поля в зоне видимости ТВ-камер:	<i>Указать спонсоров</i>		
Баннеры за воротами в зоне видимости ТВ-камер:	<i>Указать спонсоров</i>		
Расстановка баннеров			
Арка выхода команд обклеенная брендингом <i>ЧР/КР по регби</i>			
Тумба для мяча обклеенная брендингом <i>ЧР/КР по регби</i>			
Аудио-объявление <i>спонсора</i> до/в середине/ после матча			
Рекламно-информационные панно (задники) для пресс-воллов			
Рекламные видео-ролики для табло со звуком (при наличии технической возможности табло) до/в середине/ после матча			
4 накладки <i>спонсора</i> на защите на ворота			
14 накладок <i>спонсора</i> на защите на флажки			
14 флажков <i>спонсора</i> вдоль игрового поля			
4 флага виндера <i>спонсора</i> за воротами по 2 с каждой стороны			
РИМ на шевроне (форме) игроков			
Наклейки на перекладине ворот			
Майки боллбоев			