Załącznik do Regulaminu Tauron Hokej Ligi w sezonie 2023/2024.

Regulamin Marketingowy

Zbiór zasad, standardów i dobrych praktyk dotyczących powierzchni reklamowych, pracy zespołów marketingowych, brandingu lodowisk oraz warunków technicznych wymaganych do realizacji ustaleń marketingowych i produkcji transmisji z rozgrywek Tauron Hokej Ligi w sezonie 2023/2024. Dokument ten jest kierowany do wszystkich osób zajmujących się marketingiem we wszystkich Klubach biorących udział w rozgrywkach Tauron Hokej Ligi. Sytuacje nieprzewidziane w Regulaminie podlegają indywidualnym ustaleniom. Projekty graficzne przedstawione w dokumencie mają charakter poglądowy i pod względem wymiarów mogą się różnić, w zależności od specyfikacji technicznej hali i lodowiska.

1. Zastosowanie Regulaminu.

1.1. Kluby zobowiązane są do realizowania świadczeń reklamowo – sponsorskich oraz przestrzegania obowiązków, praw i ograniczeń wynikających z poszczególnych punktów Regulaminu. Niniejszy dokument stanowi nadrzędną regulację w tym zakresie.

2. Stopień ważności zasad marketingowych.

Zasady marketingowe zebrane w niniejszym Regulaminie podzielono na cztery odrębne typu: (a), (b), (c) i (d). Poszczególne typy zasad marketingowych scharakteryzowano następująco:

(a) – BEZWZGLĘDNIE OBOWIĄZKOWE:

Jeżeli Klub nie spełnia którejkolwiek z zasad typu (a), wówczas Licencja uprawniająca do udziału w Rozgrywkach Tauron Hokej Ligi nie może zostać przyznana.

(b) – OBOWIĄZKOWE:

Jeżeli Klub nie spełnia którejkolwiek z zasad marketingowych typu (b), wówczas podlega sankcjom zgodnie z obowiązującym taryfikatorem zamieszczonym w Regulaminie Opłat PHL, lecz nadal ma prawo otrzymać Licencje uprawniającą do udziału w Rozgrywkach Tauron Hokej Ligi.

(c) - DOBRE PRAKTYKI (sezon 2023/2024):

Zasady marketingowe typu (c) mają charakter rekomendacji w zakresie wprowadzania najwłaściwszych praktyk postępowania w obszarze marketingu w sezonie 2023/2024, które uzyskają charakter zasad marketingowych OBOWIĄZKOWYCH typu (a) lub (b) od sezonu 2024/2025. Komisja Licencyjna Tauron Hokej Ligi może dokonywać weryfikacji spełnienia zasad typu (c), lecz niespełnienie którejkolwiek z nich nie prowadzi do zastosowania sankcji wymienionych w taryfikatorze zamieszczonym w Regulaminie Opłat THL, jak również nie prowadzi do odmowy przyznania Licencji uprawniającej do udziału w Rozgrywkach Tauron Hokej Ligi.

(d) – REKOMENDACJE:

Zasady marketingowe typu (d) mają charakter zaleceń w zakresie wprowadzania najwłaściwszych praktyk postępowania w obszarze marketingu. Komisja Licencyjna Tauron Hokej Ligi może dokonywać weryfikacji spełnienia zasad typu (d), lecz niespełnienie którejkolwiek z nich nie prowadzi do zastosowania sankcji wymienionych w taryfikatorze zamieszczonym w Regulaminie Opłat THL, jak również nie prowadzi do odmowy przyznania Licencji uprawniającej do udziału w Rozgrywkach Tauron Hokej Ligi.

3. Zasady i standardy dotyczące ekspozycji treści reklamowych.

3.1. Zakazane jest reklamowanie produktów i usług, których reklama jest zakazana przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa. (b)

3.2. Zakazane jest również eksponowanie wszelkich treści politycznych i religijnych oraz wszelkich innych uznawanych powszechnie za niewłaściwe lub obraźliwe, w tym m.in. treści o zabarwieniu rasistowskim, oraz mogących negatywnie oddziaływać na wizerunek Tauron Hokej Ligi oraz Sponsora Tytularnego Rozgrywek lub Oficjalnego Partnera Rozgrywek. (b)

3.3. Kluby zobowiązane są do dbania o schludny i estetyczny wygląd wszystkich nośników reklamowych podczas meczów oraz do odpowiedniego i bezpiecznego przechowywania materiałów reklamowych zgodnie z wytycznymi producentów. (b)

3.4. Kluby zobowiązane są do czyszczenia nośników reklamowych podczas sezonu. Polska Hokej Liga może wezwać Klub do wyczyszczenia lub naprawy nośników reklamowych, jeśli w ocenie Ligi ich stan tego wymaga. W sytuacji ich uszkodzenia lub zgubienia nośnika z winy Klubu, Polska Hokej Liga może wezwać Klub do wymiany nośnika na nowy na jego koszt, z zachowaniem specyfikacji przesłanej przez Polską Hokej Ligę. (c)

3.5. Polska Hokej Liga rekomenduje, aby osłony band reklamowych były czyszczone raz w miesiącu w trakcie trwania sezonu. (d)

4. Bandy reklamowe, szyby ochronne, oświetlenie lodowiska – kwestie techniczne.

4.1. Zasady dotyczące budowy band reklamowych są opisane w międzynarodowych przepisach hokeja na lodzie. Role Book IIHF 2023/2024 Section 01, rule 1, point 1.3 Board and protective glass.

4.2. Branding band reklamowych.

4.2.1. W celu stworzenia profesjonalnego wyglądu i dostarczenia sponsorom wysokiej jakości wyglądu tablic reklamowych na bandach lodowiska, zalecany jest podstawowy układ reklamy planszy opisany poniżej. Projekt oparty jest na wymaganym rozmiarze tablicy reklamowej 2,5-3,5 x 0,75-0,85. (d)

4.2.2. Polska Hokej Liga rekomenduje stosowanie tablic o wymiarach 3m x 0.80m. (d)

4.2.3. Pole reklamowe = Rozmiar elementów graficznych = 2.5/3.5 m x 0.8 m. (Grafika 1). (d)

4.2.4. Dla każdej z tablic reklamowych, należy zachować pola ochronne (odpowiednie i przewidziane) dla każdego znaku graficznego. I tylko w przypadku tzw. sumy sąsiednich tych pól, można go odpowiednio zmniejszać. Zbyt małe pola ochronne ograniczają czytelność eksponowanych znaków graficznych. Jeśli znak graficzny nie posiada pola ochronnego rekomenduje się zastosowanie minimum 10 cm pola ochronnego od następnej tablicy. (d)

4.2.5. Zalecana kolorystyka i wykonanie tablic reklamowych na bandach reklamowych. W celu stworzenia profesjonalnego i jednorodnego wyglądu band lodowisk klubów biorących udział w rozgrywkach Tauron Hokej Ligi zaleca się przygotowanie grafiki bannerów z zachowaniem następujących zasad: (d)

a) tło tablicy reklamowej powinno być w kolorze białym.

b) grafika przedstawiająca sponsora powinna zawierać tylko i wyłącznie oficjalny logotyp z zachowaniem oryginalnej kolorystyki i/lub oficjalną nazwę sponsora.

c) Zaleca się stosowanie jednej linii tekstu, wyjątkiem od tej zasady jest sytuacja, w której oficjalna nazwa partnera i sponsora zajmują więcej niż jeden wiersz tekstu.(d)

d) w przypadku białego logotypu na kolorowym tle zaleca się zabieg odwrócenia kolorów, po uzyskaniu wcześniejszej akceptacji sponsora.

e) w przypadku, gdy logotyp partnera Klubu jest wąski i nie wypełnia całej szerokości banneru (3 metry) Polska Hokej Liga rekomenduje zduplikowanie grafiki na polu reklamowym z uwzględnieniem powyższych zasad kolorystyki i wykonania tablic reklamowych.



Grafika 1. Wygląd bandy reklamowej.

4.3. Szyby ochronne.

4.3.1. Zasady dotyczące szyb ochronnych są opisane w międzynarodowych przepisach hokeja na lodzie. Role Book IIHF 2023/2024 Section 01, rule 1, point 1.3 Board and protective glass.

4.4. Oświetlenie lodowiska

4.4.1. Minimalne wytyczne dotyczące oświetlenia lodowiska umożliwiające przeprowadzenie transmisji TV w jakości HD. (b)

Natężenie poziome – min. 1200 lux

Jednorodność oświetlenia – min./śr. 0,80

Jednorodność oświetlenia – min/maks 0,60

Natężenie pionowe – min. 800 lux

Jednorodność oświetlenia – min./śr. 0,70

Jednorodność oświetlenia – min./maks. 0,50

Wartość olśnienia – maks. 45

Temperatura koloru – 5000 – 6500 K

Wskaźnik oddawania barw – min. 80

4.5. Oznaczenia i grafika na tafli lodowiska.

4.5.1. Klub zobowiązuje się przygotować oznaczenia na tafli lodowiska z największą starannością i wedle przepisów gry w hokeja. (b)

4.5.2. Do oznaczeń na tafli lodowiska zalicza się linie: niebieskie, czerwone i bramkowe, punkty wznowienia gry, koła punktów wznowień gry, pole bramkarskie, pole sędziowskie.

4.5.3. Klub może zostać wezwany przez Polską Hokej Ligę do odnowienia oznaczeń funkcyjnych w sytuacji, gdy sędziowie lub obserwator stwierdzą podczas meczu brak wystarczającej widoczności oznaczeń funkcyjnych.

4.5.4. Jeżeli Klub, mimo wezwania ze strony Polskiej Hokej Ligi, zaniecha działań prowadzących do poprawy widoczności oznaczeń funkcyjnych, wówczas podlega sankcjom zgodnie z obowiązującym taryfikatorem zamieszczonym w Regulaminie Opłat THL.

4.5.5. Polska Hokej Liga wprowadza pole ochronne o szerokości 20 cm po obu stronach każdej linii i oznaczenia funkcyjnego na tafli lodowiska. (b)

4.5.6. Klub przygotowując taflę lodowiska, umieszczając pod nią logotypy i grafiki zobowiązuje się przestrzegać zasady pola ochronnego opisanego w 4.6.2. (b)

4.5.7. Przestrzeganie zasady pola ochronnego oznaczeń funkcyjnych zostanie zweryfikowane podczas certyfikacji lodowisk.

4.5.8. Jeżeli Klub nie spełnia zasad pola ochronnego oznaczeń funkcyjnych, wówczas podlega sankcjom zgodnie z obowiązującym taryfikatorem zamieszczonym w Regulaminie Opłat THL.

5. Czystość band reklamowych.

5.1. Kluby zobowiązują się do czyszczenia, ze szczególną starannością i przy zastosowaniu odpowiednich środków, osłon band reklamowych przed i w trakcie trwania Rozgrywek Tauron Hokej Ligi. (d)

5.2. Polska Hokej Liga może wezwać Klub do wyczyszczenia lub naprawy band reklamowych (w tym osłon), jeśli ich stan tego wymaga. (c)

5.3. W sytuacji braku reakcji Klubu na wezwanie do wyczyszczenia lub naprawy band reklamowych (w tym osłon) Polska Hokej Liga ma prawo nałożyć na Klub sankcje zgodnie z obowiązującym taryfikatorem zamieszczonym w Regulaminie Opłat THL. (c)

5.4. Polska Hokej Liga rekomenduje, aby osłony band reklamowych były czyszczone raz w miesiącu w trakcie trwania sezonu. (d)

6. Zasady dotyczące dozwolonych nośników reklamowych w obrębie hali.

6.1. Pola reklamowe w obrębie obszaru gry – lodowiska

6.1.1. Pozostające do dyspozycji Polskiej Hokej Ligi:

a) Dwie bandy reklamowe znajdujące się wzdłuż dłuższego boku lodowiska w widoku telewizyjnym o wymiarach 2,5-3,5 x 0,75-0,85m (rekomendowane pole reklamowe: 3 lub 4 od środka lodowiska) – nośnik reklamowy z logotypem Sponsora Tytularnego lub Oficjalnego Partnera Polskiej Hokej Ligi. + logotyp polskiej hokej ligi. Z uwagi na trwające rozmowy z potencalnym sponsorem tytuarnym punkt ten będzie podlegał dyskusjom indywidualnym z klubami, w przypadku gdy sposor podpisze odpowiednią umowę w sezonie 2023/2024.

b) Naklejki na szybach ochronnych znajdujących się nad bandami reklamowymi wymienionym w pkt. 6.1.1. a) o maksymalnej wysokości 0,2 m – nośnik reklamowy z logotypem Sponsora Tytularnego lub Oficjalnego Partnera lub Polskiej Hokej Ligi.

Wyjątkiem od tej zasady jest sytuacja wykorzystania tej przestrzeni przez naklejki sponsorów Klubu. Z uwagi na trwające rozmowy z potencalnym sponsorem tytuarnym punkt ten będzie podlegał dyskusjom indywidualnym z klubami, w przypadku gdy sposor podpisze odpowiednią umowę.

c) Opcjonalnie PIHED może dostarczyć dwa roll-upy zawierające logotyp Sponsora Tytularnego i/lub Oficjalnego Partnera Polskiej Hokej Ligi. Klub będzie zobowiązany do przechowywania roll-upów, dbając o ich wygląd oraz eksponować je podczas meczu PHL.

6.1.2. Pozostające do dyspozycji Klubu:

a) bandy reklamowe znajdujące się wzdłuż dłuższego boku lodowiska w widoku telewizyjnym o wymiarach 2,5-3,5 x 0,75-0,85m

b) bandy reklamowe znajdujące się na łukach band lodowiska o wymiarach 2,5-3,5 x 0,75-0,85m

c) bandy reklamowe znajdujące się wzdłuż krótszych boków lodowiska o wymiarach 2,5-3,5 x 0,75-0,85m.

d) Naklejki na szybach ochronnych znajdujących się nad bandami reklamowymi wymienionymi w pkt. 6.1.2. a, b, c, d o maksymalnej wysokości 0,2 m.

e) Pola reklamowe na tafli lodowiska o maksymalnej powierzchni 8 m2 każde

f) Pola reklamowe na tafli lodowiska o maksymalnej powierzchni 12m2 każde

g) Pola reklamowe na tafli lodowiska o maksymalnej powierzchni 18m2 każde.

h) Pola reklamowe na tafli lodowiska o wpisane w koło środkowe i koła punktu wznowień z zachowaniem 20 cm pola ochronnego od krawędzi okręgu

i) Naklejki na szybach ochronnych znajdujących się w boksach zawodników oraz w boksach ławki kar o powierzchni łącznej 60% całej powierzchni reklamowej.

Reklamy te nie mogą wpływać na widoczność tafli lodowiska z trybun, w szczególności przy realizacji transmisji wideo.

6.2. Pola reklamowe poza obrębem obszaru gry – lodowiska, pozostające do dyspozycji Polskiej Hokej Ligi - bannery wiszące: (d)

a) Banery wiszące na obiekcie lodowiska zostaną wcześniej uzgodnione z danym klubem THL oraz z zarządcą lodowiska. W sezonie 2023/2024 banery nie są obowiązkowe. Na sezon 2024/2025 projekt banneru i konsultacja niezbędnych formalności nastąpi do 30.03.2024.

b) Polska Hokej Liga rekomenduje, aby wymiary bannerów wynosiły 3x1 m. Bannery powinny być zaoczkowane, a grafika na nich powinna być tożsama z stylem wykonania band reklamowych wokół lodowiska przedstawionym w pkt. 4.2. (d)

c) W sytuacji dopuszczenia możliwości umieszczenia bannerów wiszących obowiązkowym jest umieszczenie bannerów z logotypem Sponsora Tytularnego (d) i/lub Tauron Ligi Hokeja (d) w każdej hali według indywidualnych ustaleń między Klubem, a Polską Ligą Hokeja.

6.3. Pola reklamowe w obszarze pracy mediów.

6.3.1. PIHED może określić wzór ścianki medialnej FLASH do przeprowadzania wywiadów i rozmów oraz ścianki konferencyjnej dla wszystkich Klubów biorących udział w rozgrywkach ligowych. (d)

6.3.2. PIHED przygotuje projekt ścianki i prześle do 30 lipca Klubów projekt graficzny ścianki sponsorskiej do wywiadów FLASH i ścianki konferencyjnej, do którego Kluby zobowiązują się dostosować, respektując przestrzeń zarezerwowaną dla Polskiej Hokej Ligi. (d)

6.3.3. Projekt graficzny ścianek określa umiejscowienie elementów identyfikacji wizualnej rozgrywek Tauron Hokej Ligi tj. oficjalny logotyp i oficjalne barwy, jak również umiejscowienie logotypów Sponsora Tytularnego i/lub Oficjalnego Partnera Rozgrywek oraz miejsce dla herbu Klubu oraz wszystkich partnerów Klubu.

6.3.4. Klub jest odpowiedzialny za przygotowanie i montaż ścianek. PIHED przygotuje jedynie projekt. (d)

6.3.5. Ścianka medialna FLASH i ścianka konferencyjna mają stałe miejsce ekspozycji w hali lodowiska w trakcie całego sezonu ligowego. Polska Hokej Liga podczas weryfikacji lodowisk określi miejsce umieszczenia w/w ścianek w poszczególnych lodowiskach. (d)

6.3.6. Klub ma obowiązek ustawić ścianki medialne w taki sposób, aby wszystkie wywiady i rozmowy z zawodnikami, trenerami i działaczami w trakcie całego sezonu zostały bezwzględnie przeprowadzone na ich tle. (d)

6.3.7. Wszystkie konferencje prasowe są przeprowadzane na tle ścianek konferencyjnych. (d)

6.3.8. Ścianka do wywiadów FLASH – ścianka sponsorska o wymiarach 200 cm x 140 cm przeznaczona do wywiadów w obrębie pracy mediów, zgodna ze wzorem przedstawionym w wizualizacji . (d)

6.3.9. Ścianka do wywiadów FLASH musi być wykonana z przezroczystego materiału i nie może zawierać tła. (d)

6.3.10. Zagospodarowanie przestrzeni ścianki do wywiadów FLASH:

Pola przeznaczone do wykorzystania przez Polską Hokej Ligę:

a) Prawo do zamieszczenia 2 logotypów Tauron Hokej Ligi w układzie poziomym o wymiarach 30cm x 15cm oraz 2 pól sponsorskich o wymiarach 26cm x 11cm przedstawiających logotyp Sponsora Tytularnego Rozgrywek w górnym pasku ścianki (wys. paska 30cm) zgodnie z wizualizacją.

b) Prawo do zamieszczenia 8 pól sponsorskich o wymiarach 20cm x 12cm przedstawiających logotyp Oficjalnego Partnera Rozgrywek w obszarach określonych na wizualizacji. .

c) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 16cm x 10cm przedstawiających logotyp Polskiej Hokej Ligi w obszarach określonych na wizualizacji.

Pola przeznaczone do wykorzystania przez Klub:

a) Prawo do zamieszczenia herbu Klubu w centralnym miejscu w górnym pasku ścianki (wys. paska 30 cm) zgodnie z wizualizacją.

b) Prawo do zamieszczenia 16 pól sponsorskich o wymiarach 20 cm x 12 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na wizualizacji.

c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 16 cm x 10 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na Grafice 4.Ścianka konferencyjna – ścianka sponsorska o wymiarach 300cm x 140 cm przeznaczona do ustawienia w miejscu przeprowadzania konferencji prasowych, zgodna ze wzorem przedstawionym na wizualizacji. .

6.3.11. Zagospodarowanie przestrzeni ścianki konferencyjnej:

Pola przeznaczone do wykorzystania przez Polską Hokej Ligę:

a) Prawo do zamieszczenia 2 logotypów Polskiej Hokej Ligi w układzie poziomym o wymiarach 30 cm x 15 cm oraz 3 pól sponsorskich o wymiarach 26 cm x 11 cm przedstawiających logotyp Sponsora Tytularnego Rozgrywek w górnym pasku ścianki (wys. paska 30 cm) zgodnie z wizualizacją.

b) Prawo do zamieszczenia 12 pól sponsorskich o wymiarach 20 cm x 12 cm przedstawiających logotyp Oficjalnego Partnera Rozgrywek w obszarach określonych nana wizualizacji. .

c) Prawo do zamieszczenia 18 pól sponsorskich o wymiarach 16 cm x 10 cm przedstawiających logotyp Polskiej Hokej Ligi w obszarach określonych na wizualizacji..

Pola przeznaczone do wykorzystania przez Klub:

a) Prawo do zamieszczenia herbu Klubu w 2 centralnych miejscach w górnym pasku ścianki (wys. paska 30 cm) zgodnie z wizualizacją.

b) Prawo do zamieszczenia 24 pól sponsorskich o wymiarach 20 cm x 12 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych na wizualizacji.

c) Prawo do zamieszczenia 27 pól sponsorskich o wymiarach 16 cm x 10 cm przedstawiających logotypy sponsorów Klubu w obszarach określonych w wizualizacji.

6.4. Pola reklamowe – sędziowie.

6.4.1. Pozostające do dyspozycji Polskiej Hokej Ligi.

a) Powierzchnia reklamowa na bluzach sędziów lodowych, jedno lub dwa pola reklamowe z przodu bluzy o powierzchni łącznej do 250 cm2 oraz jedno lub dwa pola reklamowe z tyłu bluzy o powierzchni łącznej do 150 cm2.

b) Powierzchnia reklamowa na spodniach sędziów lodowych, jedno lub dwa pola reklamowe na prawej nogawce o powierzchni łącznej do 100 cm2.

c) Powierzchnia na kaskach sędziów lodowych, jedno pole reklamowe z przodu lub tyłu kasku o powierzchni do 90 cm2.

6.5. Pola reklamowe – zawodnicy.

6.5.1. Pozostające do dyspozycji Polskiej Hokej Ligi.

a) W sezonie 2023/2024 zostanie wyznaczone jedno miejsce jako powierzchnia reklamowa w dowolnej części bluzy. Miejsce to przeznaczona do umieszczenia logotypu Tauron Hokej Ligi o wysokości 3 cm. (b)

6.5.2. Pozostające do dyspozycji Klubu.

a) Pola reklamowe na bluzach i spodniach zawodników, z wyłączeniem pól określonych w pkt. 6.5.1. z zachowaniem wytycznych dotyczących wyglądu strojów meczowych określonych w Regulaminie strojów meczowych rozgrywek Tauron Hokej Ligi w sezonie 2023/2024.

6.6. Koszulki okolicznościowe

6.6.1. Klub, który decyduje się na stworzenie koszulek okolicznościowych musi pamiętać, aby koszulki spełniały następujące kryteria:

a) Koszulki muszą spełniać przepisy IIHF nt koszulek: Rule 9 – Uniforms, 9.1-9.4.,

b) Numery oraz nazwiska na koszulkach muszą być czytelne,

c) Koszulki w żaden sposób nie mogą obrażać przeciwnika, zawierać wulgaryzmów oraz obrażać innych uczestników meczu.

6.6.2. Na dwa tygodnie przed planowanym wystąpieniem po raz pierwszy w koszulce okolicznościowej prześle projekt do PIHED w celu zatwierdzenia. PIHED gwarantuje, że nie udostępni projektu podmiotom trzecim.

6.6.3. Należy pamiętać aby zachować zasadę, że w meczu domowym obowiązują stroje o jasnej kolorystyce, a w wyjazdowych ciemne. W razie chęci odstąpienia od tej reguły kluby muszą uzyskać obustronne porozumienie.

7. Prawa przyznane Polskiej Hokej Lidze.

7.1. Nazwa i logotyp.

7.1.1. Polska Hokej Liga posiada wyłączne prawa do:

a) Stosowania nazwy Rozgrywek z nazwą Sponsora Tytularnego we wszystkich odmianach gramatycznych, zgodnie z zasadami pisowni języka polskiego.

b) Zarządzania logotypem Rozgrywek wykorzystującym logotyp Sponsora Tytularnego oraz prawo do wykorzystywania logotypu Rozgrywek wykorzystującym logotyp Sponsora Tytularnego do celów marketingowych i reklamowych.

c) Zarządzania logotypem Rozgrywek na wspólnym polu reklamowych z herbami Klubów biorących udział w rozgrywkach i prawo do jego wykorzystania do celów marketingowych i reklamowych.

d) Zarządzania tytułami sponsorów, partnerów, patronów medialnych oraz innymi tytułami, w dowolnych formach i odmianach gramatycznych, w odniesieniu do Rozgrywek Tauron Hokej Ligi i prawo do ich wykorzystania do celów marketingowych i reklamowych.

e) Nazewnictwa i oznaczenia etapów Rozgrywek Tauron Hokej Ligi w odniesieniu do logotypu Sponsora Tytularnego.

7.2. Dźwiękowe i multimedialne treści reklamowe w trakcie rozgrywek Polskiej Hokej Ligi.

7.2.1. Spiker podczas komunikatów zobowiązany jest do używania wyłącznie oficjalnej nazwy Rozgrywek (c)

7.2.2. Polska Hokej Liga posiada prawo do emisji dźwiękowych treści reklamowych wskazanych przez Polską Hokej Ligę w następującym wymiarze:

a) Sponsor Tytularny Rozgrywek – 5 razy (2x przed meczem, po 1x w każdej przerwie, 1x po meczu). (c)

b) Oficjalny Partner Rozgrywek – 3 razy (1x przed meczem, po 1x w każdej przerwie). (c)

c) Patron Medialny Rozgrywek – 3 raz (1x przed meczem, po 1x w każdej przerwie). (c)

7.2.3. Polska Hokej Liga posiada prawo do emisji spotów reklamowych na telebimach umieszczonych w hali lodowiska, z zastrzeżeniem, że długość trwania każdego spotu nie może przekroczyć 15 sekund. Harmonogram emisji spotów: (c)

a) trzy emisje przed rozpoczęciem spotkania w trakcie rozgrzewki,

b) dwie emisje w każdej przerwie meczu hokejowego,

c) jedna emisja po zakończeniu spotkania.

7.2.4. Polska Hokej Liga posiada prawo do emisji klipów sponsorskich na wszystkich ekranach LED wewnątrz i na zewnątrz hali pod warunkiem, że hala posiada możliwości techniczne. (d)

7.2.5. Dostarczenie materiałów na ekrany oraz materiałów dźwiękowych jest po stronie Polskiej Hokej Ligi.

7.3. Bilety.

7.3.1. Kluby biorące udział w Rozgrywkach Tauron Hokej Ligi zobowiązują się do przekazania rzecz Polskiej Hokej Ligi i jej Sponsorów i Partnerów do 4 biletów VIP na każdy mecz ligowy sezonu zasadniczego i play-off Polskiej Hokej Ligi, na każdy mecz Pucharu Polski oraz na każdy mecz międzynarodowy – Champions Hockey League, Puchar Kontynentalny IIHF – w przypadku zgłoszenia takiej potrzeby przez Polską Hokej Ligę, nie później niż 48 h przed meczem. (b)

7.3.2. Kluby biorące udział w Rozgrywkach Polskiej Hokej Ligi zobowiązują się do przekazania na rzecz mediów wskazanych przez PIHED minimum 2 biletów z miejscami mającymi dostępem do miejsc prasowych ze stałym łączem internetowym.

7.4. Prawo do wizerunku zawodników.

7.4.1. Polska Hokej Liga zastrzega sobie prawo do:

a) Wykorzystania wizerunku obrazu i podobieństwa, imienia i nazwiska oraz pseudonimu, biografii i statystyk zawodników pierwszej drużyny i trenerów każdego Klubu biorącego udział w Rozgrywkach Tauron Hokej Ligi w celach promocyjnych, marketingowych, szkoleniowych i dokumentalnych, a w szczególności do rozpowszechniania w Internecie, w tym na portalach społecznościowych Facebook, Twitter, Instagram, YouTube (w ramach profili Polskiego Związku Hokeja na Lodzie, Polskiego Hokeja i Polskiej Hokej Ligi) oraz na stronach internetowych Polskiego Związku Hokeja na Lodzie i Polskiej Hokej Ligi.

b) Wizerunek nie może być użyty w formie lub publikacji obraźliwej, lub naruszać w inny sposób dóbr osobistych.

c) Wykorzystania herbów i emblematów Klubów Polskiej Hokej Ligi w każdym możliwym formacie do celów marketingowych, promocyjnych, wizerunkowych i komunikacyjnych.

7.4.2. Materiały poligraficzne Klubów THL:

a) Na wszystkich materiałach poligraficznych należy zamieścić logotyp Rozgrywek oraz logotyp Sponsora Tytularnego Rozgrywek. Logotyp Rozgrywek należy umieścić w górnym lewym rogu arkusza. Logotyp Sponsora Tytularnego oraz logotypy Oficjalnych Partnerów Rozgrywek należy umieścić jako pierwsze w pasku sponsorskim; (c)

b) Powierzchnia zajmowana przez logotypy Polskiej Hokej Ligi, Sponsora Tytularnego i Oficjalnych Partnerów nie zajmą więcej niż 20% ogólnej liczby pól reklamowych na wszystkich materiałach poligraficznych.

c) Na wszystkich materiałach poligraficznych należy zamieścić pasek sponsorski z wyznaczonymi polami reklamowymi do wykorzystania przez Polską Hokej Ligę i Klub; (c)

7.5. Inne prawa.

a) Prawo do umieszczania reklamy, w wymiarze nie mniejszym niż 1 strona, w każdym z oficjalnych programów meczowych przygotowywanych przez Klub lub na zlecenie Klubów, o ile takie programy będą wydawane przez Kluby i o ile taka reklama zostanie przygotowana przez Partnera Tytularnego.

8. Internet i Social media.

8.1. Polska Hokej Liga ma prawo do:

a) Umieszczenia logotypu i nazwy Rozgrywek na stronie internetowej Rozgrywek,

b) Umieszczenia logotypu i nazwy Rozgrywek na stronie internetowej każdego Klubu biorącego udział w Tauron Hokej Lidze, (b)

c) Umieszczenie logotypu i nazwy Rozgrywek na oficjalnych kanałach w Tauron Hokej Ligi w Social Mediach,

d) Umieszczenie logotypu i nazwy Sponsora Tytularnego w pasku sponsorskim na stronie internetowej każdego Klubu, (b)

e) Umieszczenie logotypu i nazwy Rozgrywek w każdym projekcie graficznym stworzonym przez Kluby Tauron Hokej Ligi. (c)

9. Transmisja TV i Prawa telewizyjne.

9.1. Klub zobowiązany jest do wyposażenia hali zgodnie z wytycznymi dostarczonymi przez TV.

9.2. Prawa telewizyjne do wszystkich meczów Tauron Hokej Ligi (także prawa do pokazywania meczów oraz ich fragmentów w Internecie, a także w mediach społecznościowych) posiada organizator rozgrywek, czyli Polska Hokej Liga.

9.3. Polska Hokej Liga realizuje nagrywanie i transmisje wszystkich meczów rozgrywanych w ramach Polskiej Hokej Ligi przez własną platformę internetową Polski Hokej TV – www.polskihokej.tv.

9.4. Polska Hokej Liga może na podstawie umowy przekazać prawa telewizyjne w całości lub części rozgrywek partnerom telewizyjnym.

9.5. Na wykonanie transmisji w telewizji naziemnej, kablowej, satelitarnej lub internetowej, całości lub części meczu, a także wyemitowanie w wyżej wymienionych mediach fragmentu meczu Rozgrywek Tauron Hokej Ligi (dotyczy także rozgrzewki i reakcji widowni) przez inny podmiot niż platforma Polski Hokej TV lub partnera telewizyjnego potrzebna jest odrębna zgoda Polskiej Hokej Ligi.

9.6. W całości dostępne dla kamer wszystkich akredytowanych przez organizatora meczu mediów są konferencje prasowe i wywiady w strefie mieszanej po meczu, a także treningi drużyn, z zastrzeżeniem konieczności przestrzegania rekomendacji sanitarnych wydanych przez instytucje państwowe i PZHL, oraz z przestrzeganiem zasad obowiązujących w poszczególnych Klubach.

9.7. Fragmenty materiałów wyprodukowanych przez telewizję Polski Hokej TV do łącznie 300 sekund z jednego wydarzenia, mogą być wykorzystywane do sporządzenia krótkiego sprawozdania z wydarzenia, z zachowaniem i niezasłanianiem grafik, a w szczególności logotypu Polskiej Hokej Ligi i logotypu Polski Hokej TV.

9.8. Wykorzystywanie całości powyżej 90 sekund materiałów dotyczących jednego wydarzenia wyprodukowanych przez platformę Polski Hokej TV wymaga odrębnej zgody Polskiej Hokej Ligi.

9.9. Materiały umieszczane przez Polski Hokej TV w serwisach internetowych (typu You Tube) mogą być udostępniane przez inne podmioty na swoich stronach czy portalach internetowych w formie aktywnego linku lub z użyciem aktywnego playera (embed).

9.10. Materiały publikowane przez Polski Hokej TV serwisach społecznościowych (typu Twitter, Facebook) powinny być przez inne podmioty cytowane/udostępniane, a nie publikowane przez nie jako własne.

10. Wynagrodzenie za udzielenie dostępu do przestrzeni reklamowej.

10.1. W przypadku pozyskania przez Polską Hokej Ligę Sponsora Tytularnego i/lub Oficjalnego Partnera Klubom biorącym udział w Rozgrywkach Polskiej Hokej Ligi należy się wynagrodzenie z tytułu udzielenia dostępu do swojej przestrzeni reklamowej.

10.2. Wynagrodzenie dla każdego Klubu z tytułu udzielenia dostępu do swojej przestrzeni reklamowej będzie przedstawione w osobnym dokumencie po ostatecznej informacji o sponsorach na sezon 2023/2024.

11. Koszty.

11.1. koszty związane z realizacją materiałów za które odpowiedzialna jest Polska Hokej Liga pokryje PIHED. Polska Hokej Liga we współpracy z Klubami pokryje zobowiązania związane z:

- projektem ścianek sponsorskich,

- projektem, ścianek do wywiadów FLASH,

- produkcją i dostarczeniem materiałów dźwiękowych,

- produkcją i dostarczeniem materiałów multimedialnych,

- projektem, naklejek reklamowych nad bandami,

- naniesieniem logotypu Polskiej Hokej Ligi na bluzy zawodników w wyznaczonym przez Klub miejscu.

12. Inne postanowienia.

12.1. Rażące lub notoryczne, systematyczne naruszenie zasad marketingowych daje prawo Polskiej Hokej Lidze do nałożenia na Klub sankcji zgodnie z Regulaminem Opłat THL.

12.2. Każde użycie logotypu Polskiej Hokej Ligi w sposób inny niż opisany w Regulaminie marketingowym, wymaga uprzedniej akceptacji Polskiej Hokej Ligi. Polska Hokej Liga wydaje zgodę lub odmawia użycia logotypu Tauron Hokej Ligi na podstawie przesłanej przez Klub prezentacji sposobu użycia logotypu Polskiej Hokej Ligi;

12.3. Brak wykonania lub nienależyte wykonanie przez Kluby obowiązków lub świadczeń sponsorskich określonych w Regulaminie stanowi przewinienie dyscyplinarne i powoduje możliwość nałożenia sankcji zgodnie z obowiązującym taryfikatorem zamieszczonym w Regulaminie Opłat THL.

12.4. Brak starannego i bezpiecznego przechowywania nośników reklamowych, jak również niedbanie o ich wygląd, czystość i ogólny efekt estetyczny powoduje możliwość nałożenia sankcji zgodnie z obowiązującym taryfikatorem zamieszczonym w Regulaminie Opłat THL.

12.5. Polska Hokej Liga w terminie do 30 kwietnia każdego roku poinformuje każdy Klub o faktycznym wykorzystaniu przysługujących Polskiej Hokej Lidze praw do poszczególnych pól reklamowych wynikających z Regulaminu marketingowego. Niewykorzystane przez Polską Hokej Ligę pola reklamowe zostaną przekazane do dyspozycji Klubu (dotyczy rozgrywek ligowych).

12.6. Kluby, w terminie do 30 czerwca każdego roku, zobowiązują się poinformować Polską Hokej Ligę o możliwości zapewnienia przestrzeni reklamowej na bandach opisanych w

pkt. 6.1.1. a). Za zapewnienie przestrzeni reklamowej na bandach Klubom przysługuje wynagrodzenie przedstawione w pkt. 10.2. a).

12.7. W przypadku, gdy Klub potrzebuje dodatkowej powierzchni nieprzewidzianej w Regulaminie marketingowym, zobowiązany jest zgłosić się do Polskiej Hokej Ligi z prośbą o wyrażenie zgody na uzyskanie takiej powierzchni. Informację w sprawie powierzchni należy przekazać do Polskiej Hokej Ligi w formie informacji e-mail na 5 dni przed meczem lub startem sezonu. Polska Hokej Liga zastrzega sobie prawo do odmowy;

12.8. W razie pojawienia się nowego Sponsora Tytularnego i/lub Oficjalnego Partnera Rozgrywek, Polska Hokej Liga będzie informować w formie wiadomości e-mail o wszystkich wymogach związanych z ekspozycją sponsora/partnera przez Kluby.

12.9. W sytuacji określonej w pkt. 12.7. Polska Hokej Liga pokrywa koszty wprowadzenia korekt i zmian w brandingu lodowiska.

12.10. Jeśli Klub dokona zmiany swojego logotypu lub sponsora na materiałach wyprodukowanych przez Polską Hokej Ligę, zobowiązany jest na własny koszt wyprodukować wszystkie materiały obligatoryjne na dany sezon.

12.11. Wszystkie sprawy nieokreślone w Regulaminie marketingowym będą rozstrzygane każdorazowo przez Polską Hokej Ligę.

12.12. Prawo interpretacji postanowień niniejszego Regulaminu przysługuje wyłącznie Zarządowi Polskiej Hokej Ligi.

12.13. Niniejszy Regulamin na sezon rozgrywkowy 2023/2024 został zatwierdzony przez PIHED w dniu 06.07.2023 roku i wchodzi w życie z dniem zatwierdzenia.