

ТРЕБОВАНИЯ ВФВ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ДЛЯ СОРЕВНОВАНИЙ ПО ПЛЯЖНОМУ ВОЛЕЙБОЛУ И ВОЛЕЙБОЛУ НА СНЕГУ

ПРАВОВЫЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

ОБЯЗАТЕЛЬНО ДЛЯ ИСПОЛНЕНИЯ ОРГАНИЗАТОРАМ, СООРГАНИЗАТОРАМ СОРЕВНОВАНИЙ И УЧАСТНИКАМ СОРЕВНОВАНИЙ

Все участники и организаторы соревнований по пляжному волейболу и волейболу на снегу, обязаны соблюдать нижеследующие положения в отношении использования рекламных возможностей.

Все нарушения настоящей главы должны быть внесены инспектором матча в его отчет. За нарушения налагаются штрафные санкции согласно Регламенту (Приложение №3, п.25 и п.27).

Запрещена реклама:

- алкогольных напитков;
- табачных и фармацевтических продуктов, указанных в текущем списке запрещенных препаратов МОК;
- товаров и услуг, входящих в список зарезервированных ВФВ категорий спонсоров на условиях, указанных в Положении;
- других видов спорта;
- иных объектов рекламы, запрещенных Федеральным законом «О рекламе», а также иными нормативными правовыми актами, действующими в Российской Федерации.

Список зарезервированных ВФВ категорий спонсоров:

1. Букмекерские услуги и ставки

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ ТЕРМИНОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЙ

ВФВ – Общественная организация «Всероссийская федерация волейбола» - общероссийская общественная организация - юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством РФ, аккредитованное Минспортом России, являющееся членом ФИВБ, ЕКВ, ОКР, ВАЛОВС и признанное ими в качестве единственной организации, наделенной исключительными полномочиями по управлению волейболом в РФ, в том числе проведению Соревнований ВФВ.

Игрок или волейболист – спортсмен, участвующий в соревнованиях, проводимых под эгидой ВФВ, имеющий статус любителя или профессионала. Волейболистом-профессионалом является спортсмен, основным видом деятельности которого является игра в волейбол в составах волейбольных команд, представляющих Клубы - участников соревнований ВФВ на основании Контракта с Клубом, получающий от Клуба заработную плату и иное денежное вознаграждение. Волейболисты, не являющиеся профессионалами, являются любителями.

Игрок сборной – волейболист, включенный ВФВ в состав основной, молодежной или юношеской сборной команды для подготовки к участию и участия в международных спортивных соревнованиях из числа лиц, включенных в соответствующий список кандидатов в спортивные сборные команды утвержденный федеральным органом исполнительной власти в области физической культуры и спорта, и выступавший в текущем или прошлом сезоне в официальных соревнованиях ЕКВ, ФИВБ или МОК.

Клуб – юридическое лицо, осуществляющее организационную, тренировочную, соревновательную, физкультурную и воспитательную деятельность волейбольных команд и заявляющее свою Команду для участия в Соревнованиях, несущее ответственность за представленную в соревнованиях Команду, в т.ч. финансовую.

Клуб-хозяин – Клуб, принимающий «домашние» матчи Мероприятий, т.е. матчи, проводимые на площадке такого Клуба.

Команда – коллектив игроков, внесенных в заявочный лист Клуба, и утвержденный Директоратом ВФВ (Мандатной комиссией).

Матч, Игра – волейбольный матч (игра), проводимый в рамках Соревнований по волейболу.

Соревнования – Спортивные соревнования ВФВ по дисциплинам «пляжный волейбол» и «волейбол на снегу». Включают в себя соревнования Чемпионата России и Кубка России, а также иные соревнования, проводимые под эгидой ВФВ.

Спортсооружение – сооружение крытого или открытого типа - спортивный объект, оборудованный для проведения матчей Соревнований, на котором проводятся Матчи Соревнований, включая прилегающую территорию.

Требования – Настоящий документ – «Требования ВФВ по маркетингу и коммуникациям для соревнований по пляжному волейболу и волейболу на снегу».

Фирменный стиль - набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, отражающих визуальный образ ВФВ, Клуба, Команды, Соревнований и/или других организаций (брендов, продуктов).

Организатор, Соорганизатор – юридическое лицо, осуществляющее подготовку и проведение Соревнований.

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА 1. РЕАЛИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРАВ ВФВ, КЛУБАМИ, ОРГАНИЗАТОРАМИ	4
ГЛАВА 2. РЕКЛАМНЫЕ НОСИТЕЛИ И ТРЕБОВАНИЯ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ.	11
ГЛАВА 3. СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ ОРГАНИЗАТОРОМ НА СОГЛАСОВАНИЕ В ВФВ	20
ГЛАВА 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ ФОТООТЧЕТАМ	20
ГЛАВА 5. ТРЕБОВАНИЯ К ФОТОМАТЕРИАЛАМ И АВТОГРАФАМ (ПОДПИСЯМ)	21
ГЛАВА 6. ТРЕБОВАНИЯ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАТОРОВ ПО РАБОТЕ СО ЗРИТЕЛЯМИ	23
ГЛАВА 7. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВФВ И ОРГАНИЗАТОРОВ В РАМКАХ ПРОВЕДЕНИЯ ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ	24
ГЛАВА 8. ТРЕБОВАНИЯ ВФВ ПО РАБОТЕ С ПРЕССОЙ	25
ГЛАВА 9. ТРЕБОВАНИЯ ВФВ ПО РАБОТЕ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА	32
ГЛАВА 10. ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ТРАНСЛЯЦИЯ	36
ГЛАВА 11. ИНТЕРНЕТ-ТРАНСЛЯЦИЯ	38

ГЛАВА 1. РЕАЛИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРАВ ВФВ, КЛУБАМИ И ОРГАНИЗАТОРАМИ

1. Права ВФВ:

1.1. ВФВ, в соответствии со Статьей 72 Регламента ВФВ, как обладатель исключительных прав на названия и Фирменные стили ВФВ и Соревнований ВФВ, на рекламные возможности на всех рекламных носителях в спортооружениях во время проведения Соревнований, а также на телевизионные и иные способы освещения Соревнований ВФВ, осуществляет реализацию коммерческих прав, а именно:

1.2. ВФВ осуществляет контроль за исполнением Клубами и Организаторами настоящих Требований.

1.3. ВФВ разрабатывает и (утверждает, в случае разработки церемоний Клубами/Организаторами) церемонии, проходящие во время Матчей, включая церемонии открытия, закрытия Матчей, церемоний награждения, в том числе в части участия в церемониях представителей спонсоров и партнеров ВФВ.

1.4. ВФВ использует в коммерческих целях и для целей популяризации волейбола и Соревнований, а также передает третьим лицам и контролирует использование третьими лицами Фирменных стилей ВФВ и Соревнований, включая:

1.4.1. Образы и изображения наградной атрибутики соревнований, включая кубки, медали, грамоты, дипломы, награды и иной наградной атрибутики;

1.4.2. Символику и иные средства индивидуализации Клубов;

1.4.3. Образы, фотографические и иные изображения, образцы подписи, Игроков, тренерского штаба, руководителей и должностных лиц Клубов, включая фамилии, имена, отчества, должности;

1.4.4. Фото- и видеоконтент, созданный в рамках проведения мероприятий спонсоров и партнеров Соревнований могут быть использованы ВФВ и/или спонсорами и партнерами Соревнований.

Клубы безусловно соглашаются с правами ВФВ, перечисленными выше, и принимают на себя обязательство получить согласие Игроков, тренерского штаба, сотрудников и должностных лиц Клубов на использование ВФВ материалов, указанных в п.1.4.3. Требований.

2. Права Организаторов:

2.1. Организатор использует рекламные носители в соответствии с требованиями Главы 2 настоящих Требований.

2.2. В случае, если Организатор не использует весь объем рекламных возможностей, определенных в Главе 2 настоящих требований по причине отсутствия рекламодателей, Клуб вправе передать рекламные возможности Организатора в адрес ВФВ, для дальнейшей реализации этих возможностей ВФВ. Полученные таким образом доходы могут быть распределены между ВФВ и Организатором на основании отдельного соглашения, заключаемого между ВФВ и Организатором.

2.3. ВФВ имеет право размещать логотипы, надписи и графические элементы на игровых и тренировочных мячах Соревнований.

2.4. Клуб и Организатор имеет право оформлять места проведения соревнований, интернет-сайт Клуба, социальные сети Клуба/Организатора, а также материалы наружной рекламы Соревнований в фирменном стиле Клуба с обязательным размещением логотипа Соревнований. Помимо логотипа Соревнований, Клуб и Организатор имеет право использовать в оформлении логотип ВФВ, при условии согласования каждого такого размещения с отделом развития ВФВ.

2.5. Организатор имеет право самостоятельно или с привлечением третьих лиц (агентов, билетных операторов) реализовывать билеты на матчи Соревнований в случае, если данным правом не воспользовалось ВФВ. Прибыль от продажи билетов в таком случае полностью принадлежит Организатору.

3. Обязанности Клубов и Организаторов:

3.1. Клуб и Организатор обязаны включать в соглашения с партнерами, спонсорами и рекламодателями Клуба и Организатора разрешение и согласие контрагента на использование ВФВ для целей популяризации волейбола Фирменных стилей и иных средств индивидуализации контрагентов, вошедших в теле-, видео- и фотографические изображения Матчей Соревнований, в том числе и на использование ВФВ и третьими лицами по поручению ВФВ в составе кинопродукции.

3.2. Клуб и Организатор обязан не позже, чем за 20 дней до начала Соревнований согласовать, подписать и направить в адрес ВФВ соглашения о распределении выплат, а также соглашения о распределении доходов, в случае их наличия (сформированные на основании передачи рекламных возможностей согласно п 2.2. Главы 1 настоящих требований).

3.3. Клуб и Организатор обязан иметь в штатной структуре сотрудника или подразделение, отвечающее за взаимодействие с партнерами, спонсорами, рекламодателями Клуба, Организатора и ВФВ, а также за размещение рекламы на Спортсооружении, игровой форме, экипировке, интернет-ресурсах и социальных сетях, полиграфической продукции, связанной с Соревнованиями, а также реализацию рекламных возможностей, определенных в настоящих Требованиях.

3.4. Клубу и/или Организатору рекомендуется подготовить, утвердить и реализовывать коммерческую стратегию, составленную на не менее, чем 3 (три) сезона, начиная с сезона 2025/2026, в части реализации коммерческих возможностей Клуба и/или Организатора.

3.5. Клуб и Организатор обязаны не иметь действующих соглашений с организациями, ведущими деятельность в зарезервированных ВФВ категориях спонсоров, а также не допускать размещение каких-либо материалов таких организаций на игровой форме Игроков, полиграфической продукции, в социальных сетях Клуба и Организаторов или на интернет-сайте клуба, в мобильных приложениях Клуба, в рассылках Клуба, производимых посредством SMS, электронной почты, мессенджеров или других средств коммуникации, а также на иных рекламных носителях, ассоциирующихся с Клубом и Организатором, за исключением случаев, указанных в п.3.38 настоящих Требованиях.

3.6. Клуб и Организатор обязан согласовывать с ВФВ любое использование Фирменного стиля ВФВ и Соревнований, с предоставлением макетов и/или визуализаций такого использования и размещения в адрес ВФВ по почте reklama@volley.ru.

3.7. Клуб обязан осуществлять производство и монтаж, а также поддерживать в надлежащем состоянии и внешнем виде плакат-фон с логотипами спонсоров (партнеров, рекламодателей) Соревнований и Клуба. Шаблон макета плакат-фона предоставляется ВФВ. Плакат-фон обязателен к использованию в зале пресс-конференции во время их проведения.

3.8. Клуб обязан осуществлять производство и монтаж, а также поддерживать в надлежащем состоянии и внешнем виде плакат-фон с логотипами спонсоров (партнеров, рекламодателей) Соревнований и Клуба в Микст-зоне и зоне для флеш-интервью. Плакат-фон для микст-зоны / зоны для флеш-интервью Соревнований и Клуба, должны быть размещены так, чтобы интервью с игроками и тренерами проводились только на их фоне. Верхняя граница баннеров должна быть на высоте не менее 2,5 метра от пола.

3.9. Перед началом, в перерывах между партиями и по завершении матча клуб должен обеспечить вывод рекламных видеороликов спонсоров на медиакубе или информационном табло спортсооружения в соответствии с таймингом медиаконтента, предоставленным ВФВ.

Во время каждого матча должны транслироваться рекламные видеоролики спонсоров с общим хронометражем не менее 120 секунд, а продолжительность остальных рекламных блоков между партиями не должна превышать 60 секунд, и не более 90 секунд до/после матча, при этом:

Рекламные видеоролики транслируются до Матча (перед началом предматчевого шоу в случае его проведения или во время проверки расстановки игроков на площадке) и непосредственно после окончания Матча.

В перерывах между партиями реклама транслируется немедленно после завершения предыдущей партии. Нельзя изменять звуковой и видеоряд во время трансляции.

Смена видеороликов должна производиться по требованию ВФВ, но не позже одного рабочего дня после получения уведомления о загрузке видео на сервер VFRCLOUD.

3.10. Клуб должен транслировать графический контент (анимации), предоставленный ВФВ, на LED-бортах, расположенных вокруг игровой площадки. Смена контента должна происходить по требованию ВФВ, но не позднее одного рабочего дня после получения уведомления.

3.11. Перед началом и по окончании матча Клуб обязан транслировать аудиоролики, предоставленные ВФВ. Смена аудиороликов должна происходить по требованию ВФВ, но не позднее одного рабочего дня после получения уведомления.

3.12. Клуб обязан предоставлять возможность проведения промо-, PR- и социально-ориентированных мероприятий ВФВ, спонсоров на безвозмездной основе внутри и снаружи спортсооружения по предварительной заявке. Клуб должен предоставить доступ к электропитанию в зонах проведения мероприятий при наличии технической возможности.

Клуб должен обеспечить доступ сотрудникам партнеров Соревнований, участвующих в промо-, PR-, или социально-ориентированных акциях, к местам их проведения по предварительной заявке ВФВ, направленной не позднее, чем за 3 (три) дня до матча.

3.13. На основе предварительной заявки ВФВ, клуб обязан предоставлять возможности для бесплатного демонстрирования и распространения продукции и рекламных материалов ВФВ и спонсоров (партнеров, рекламодателей) Соревнований:

- внутри Спортсооружений, включая фойе, трибуны, игровой корт и VIP-ложи;
- снаружи Спортсооружений, в том числе у входов и у билетных касс, если продажи осуществляются через Клуб или Организатора.

3.14. Организаторы обязаны использовать систему контроля доступа на всех входах в Спортсооружение, где проводятся Матчи.

3.15. Запрещается размещение любых аудио-, видео-, печатных и других рекламных материалов спонсоров клуба, организатора и третьих лиц, если такие материалы затрагивают товарные категории, на которые ВФВ имеет эксклюзивные права, включая размещение внутри Спортсооружения, на игровой площадке, в точках питания, на фасаде и прилегающей территории, включая парковку и входные группы, если иное не согласовано в письменном виде с ВФВ.

3.16. Запрещается размещение на игровом корте рекламы и логотипов производителей оборудования и технологического оборудования без согласования с ВФВ.

Ограничение не распространяется на логотипы производителей оборудования, нанесенные производителем заводским способом. ВФВ оставляет за собой право рекомендовать скрыть заводские логотипы в случае, если наличие такого логотипа нарушает визуальную целостность или привлекательность игровой площадки.

3.17. Организатор должен поддерживать в надлежащем состоянии рекламные материалы ВФВ и спонсоров, размещенные внутри Спортсооружения, и своевременно сообщать ВФВ о любых повреждениях.

3.18. Запрещается не использовать рекламное пространство, принадлежащее Организатору и определенное в Главе 2 Требований. Организатору необходимо за свой счет оформлять это пространство с использованием фирменного стиля Соревнований, рекламы Организатора или социальной рекламы, или предоставить пространство для реализации ВФВ, с заключением между Организатором и ВФВ соответствующего соглашения.

3.19. Запрещается размещение внутри Спортсооружения рекламы, которая не соответствует требованиям действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.20. Организатор должен обеспечивать доступ инспектору матча, имеющему аккредитацию, к местам размещения всех рекламных материалов внутри Спортсооружения для контроля и проведения фото- и видеосъемки.

3.21. Организатор должен выдавать инспектору матча по одному экземпляру афиши, аккредитации, программки или иной изготовленной полиграфической продукции (если они выпущены в печатном виде) и использованного билета для фотографирования, а также отправлять в ВФВ оригиналы или заверенные копии этих документов.

3.22. Организатор должен обеспечивать продажу официальной лицензированной продукции ВФВ на договорной основе, в объеме, согласованном с Организатором.

3.23. Запрещается продажа внутри Спортсооружения любой продукции, которая нарушает права ВФВ, клубов, борганизаторов, спонсоров или других участников Соревнований, а также требования законодательства РФ.

3.24. Организатор должен заполнять музыкальным (или иным развлекательным) сопровождением перерывы между розыгрышами и партиями, а также организовывать развлекательные программы для зрителей в перерывах между партиями, включая

возможность интеграции деятельности спонсоров (партнеров, рекламодателей) Соревнований. Для привлечения семейной аудитории необходимо проводить развлекательные мероприятия для детей различных возрастных групп, направленные на создание положительного впечатления от посещения Матчей.

Организатор обязан самостоятельно и за свой счет согласовать условия использования всех объектов интеллектуальной собственности, используемых в местах их проведения, с авторами, исполнителями или иными правообладателями, либо их представителями, включая Всероссийскую Организацию Интеллектуальной Собственности (ВОИС), Российское Авторское Общество (РАО) и другие аккредитованные организации по управлению авторскими и смежными правами на коллективной основе в полном соответствии с законодательством Российской Федерации.

3.25. Во время проведения пресс-конференций Организатор обязан размещать рекламные материалы и продукцию спонсоров (партнеров, рекламодателей) Соревнований на столах у каждого участника пресс-конференции, согласно требованиям ВФВ. Рекламные материалы и продукция спонсоров ВФВ предоставляются за счет ВФВ или спонсоров (партнеров, рекламодателей) Соревнований.

3.26. Организатор и Клуб обязан согласовывать с ВФВ:

3.26.1. Первоначальный список спонсоров (партнеров, рекламодателей) и любые изменения в нем за две недели до подписания соглашений и фактического размещения рекламных материалов;

3.26.2. Список мест для размещения рекламных материалов, включая те, которые не предусмотрены ВФВ.

3.26.3. Макеты и сами рекламные материалы, планируемые к размещению на объектах размещения.

3.26.4. ВФВ отправляет Организатору и Клубу решение о согласовании рекламных материалов в течение пяти рабочих дней после получения соответствующего запроса.

3.27. Организатор не должен заключать без согласования с ВФВ договоры, касающиеся размещения рекламных материалов и информации при проведении Соревнований, а также не допускать размещения таких материалов третьими лицами.

3.28. Организатор должен предоставлять ВФВ информацию о билетной программе не позднее 10 рабочих дней до начала Соревнований и за 2 рабочих дня, если происходят изменения, включая динамическое ценообразование и используемые факторы.

3.29. В случае коммерческой реализации Организатором билетов на матчи, в том числе через Интернет, информация о ценовой политике и коммерческой стратегии реализации билетов должна быть предоставлена ВФВ в порядке информирования.

Организатор обязан размещать логотип Соревнований и логотипы Спонсоров ВФВ на электронных билетах, в том числе и распространяемых бесплатно.

3.30. Организатор должен обеспечивать доступ спонсорам (партнерам, рекламодателям) Соревнований и другим лицам, направленным со стороны ВФВ, к билетам на матчи. Срок согласования мест в рамках квоты - не позднее двух месяцев до начала Соревнований. В течение Соревнований Организатор не может изменять расположение мест по квоте без согласования с ВФВ.

3.31. Организатор обязан размещать логотип Соревнования, логотипы ВФВ, рекламные модули спонсоров и партнеров Соревнований на всей полиграфической продукции, выпускаемой Организатором или иными организациями в интересах Организатора, а именно: на Абонементы, на Билетах и приглашениях в VIP-ложи, в том числе в электронном виде, а также на аккредитациях, программках, афишах, пресс-релизах, пропусках на автотранспорт и пр. (в случае производства соответствующей полиграфической продукции). При этом размеры логотипов партнеров Организатора не должны превышать размеры логотипов спонсоров и партнеров Соревнований. Необходимо предоставлять вышеперечисленные материалы на согласование в ВФВ не менее чем за 7 календарных дней до начала Соревнований.

3.32. Клуб и Организатор обязан использовать на форме, рекламных и информационных материалах написание имен и фамилий Игроков и Тренеров в соответствии с заявками, подаваемыми в Директорат ВФВ.

3.33. Организатор обязан обеспечивать на основании предварительного запроса ВФВ на безвозмездной основе возможность вручения призов лучшим игрокам Матча представителями спонсоров и партнеров Соревнований непосредственно по окончании Матча, а также призов, предоставленных Организатору ВФВ, а также спонсорами и партнерами Соревнований, в рамках промоактивностей и конкурсов, проводимых Организатором.

3.34. Организатор обязан, при условии отсутствия влияния на соревновательную деятельность Организатора, обеспечивать участие выбранных ВФВ, а также спонсорами и партнерами Соревнований Игроков, представителей тренерского штаба, талисмана, должностных лиц и руководителей Организатора, согласованных с Организатором, в мероприятиях, проводимых спонсорами и партнерами Соревнований, в том числе для предоставления подписей на сувенирной и иной продукции ВФВ, спонсоров и партнеров Соревнований, включая игровую форму и игровые мячи, и при условии уведомления Организатора не позднее чем за 7 календарных дней.

Затраты на проезд, проживание и питание, выбранных ВФВ Игроков, представителей тренерского штаба, талисмана, должностных лиц и руководителей Организатора осуществляются за счет ВФВ, за исключением случаев, когда фото- и видеосъемка и иные мероприятия проводятся в месте пребывания выбранных ВФВ Игроков, представителей тренерского штаба, талисмана, должностных лиц и руководителей Организатора.

3.35. В случае изменения дизайна игровой формы, инициированного Организатором после начала Соревнований, он должен быть предоставлен в ВФВ на утверждение в электронном виде в векторном формате до начала производства. ВФВ оставляет за собой право затребовать экземпляр отшитого образца игровой формы с нанесенными логотипами спонсоров и партнеров.

3.36. При презентации нового комплекта игровой формы Соревнований Организатором на нем должна быть размещена реклама спонсоров и партнеров Соревнований, Организатора и ВФВ.

3.37. В случаях, когда Организаторы предоставляют игровую форму, Игроки должны быть постоянно одеты в предоставленную организаторами официальную игровую форму – во время матча, находясь на игровом поле, во время разминки, во время интервью после матча, на церемонии награждения. Во время церемонии награждения Игрокам не разрешается иметь при себе никаких дополнительных аксессуаров, такие как флаги, полотенца и т.п., которые могут закрывать их игровую форму.

3.37.1. Цветовая гамма официальной игровой формы определяется Организаторами. Игрок и другие представители Клубов не вправе требовать от Организаторов замены цветовой гаммы официальной игровой формы на иную.

3.37.2. Игроки не имеют права менять или маскировать идентификационные знаки официальных спонсоров ВФВ или спонсоров Организатора на игровой форме.

3.37.3. Игроки должны иметь форму одинакового цвета и фасона: собственные шорты, шапки, баффы, головные повязки, шарфы, перчатки, спортивные брюки/лосины, гетры, термобелье. В случае несоблюдения команда не допускается к игре. Допускается использование щитков в волейболе на снегу.

3.37.4. В качестве обуви в волейболе на снегу рекомендуется использовать трекинговые кроссовки для мягкого грунта, льда, рельефной пересеченной местности или футбольные бутсы. Любая обувь не должна представлять опасности для соперников.

Запрещены острые шипы длиной более 5 мм, а также разные варианты «кошек» с заостренными металлическими шипами.

3.37.5. На игровых шортах/лосинах, шарфах, баффов, головных повязках, шапках могут быть нанесены логотип Клуба, который представляет Игрок, фамилия/имя Игрока, логотипы личных спонсоров Игроков и логотипы спонсоров и партнеров Клуба, который представляет Игрок за исключением логотипов спонсоров, относящихся к категории «букмекеры». Данная категория на эксклюзивной основе принадлежит спонсорам ВФВ.

3.37.6. По требованию инспектора ВФВ Игроки обязаны во время мандатной комиссии представить на утверждение свои шорты и/или лосины, шарфы, баффы, головные спонсоры, шапки.

3.37.7. Игроки имеют право использовать следующие аксессуары:

о солнцезащитные очки;

о одну наручную повязку (максимальная ширина – 10 см) на одной руке и одну временную татуировку на другой руке одновременно, либо две наручные повязки или две временные татуировки, по одной на каждой руке. Повязки и татуировки должны располагаться на плече.

3.37.8. На аксессуарах Игроков могут быть размещены логотипы личных спонсоров Игрока, логотипы спонсоров и партнеров Клуба, который представляет Игрок, логотип Клуба за исключением логотипов спонсоров, относящихся к категории «букмекеры».

3.37.9. Игроку разрешается иметь не более одного предмета на одной руке. Повязки следует надевать на одну руку, татуировки наносить на другую. Игроки могут надевать две наручные повязки (одну на одну руку, вторую – на другую). Игроки могут иметь две временные татуировки (одну на одной руке, вторую – на другой). Татуировки и повязки могут отражать идентификацию разных спонсоров, представляющих одну или разные товарные категории, за исключением брендов алкогольной и табачной продукции, БАДов, медицинских средств. Также не допускаются реклама других видов спорта, религиозные и политические движения.

3.37.10. Игроки несут ответственность за выбор своих аксессуаров. По требованию инспектора ВФВ спортсмен обязан представить все выбранные им аксессуары к предварительной проверке.

3.38. В случае утверждения ВФВ нового Фирменного стиля Соревнований Организатор обязан использовать обновленный Фирменный стиль во всех рекламных и информационных материалах.

3.39. Клуб обязан развивать и популяризировать собственный бренд, разрабатывая, утверждая исполнительным органом Клуба и предоставлять в ВФВ план проектов, направленных на продвижение собственного бренда, с указанием периода проведения проекта, целевой аудитории проекта, поставленными целями проекта. Среди целевой аудитории должны присутствовать все возрастные группы, включая детей.

3.39.1. Краткосрочный план проектов на сезон 2024/2025 должен быть предоставлен в адрес ВФВ не позднее, чем до 30 января 2025 года.

3.39.2. Долгосрочный план проектов на сезоны 2025/2026, 2026/2027, 2027/2028 должен быть предоставлен в адрес ВФВ не позднее 31 марта 2025 года.

3.40. Игроки Клуба обязаны присутствовать на церемонии награждения в игровой форме с нанесением всех логотипов Соревнований и Клуба. Запрещается покидать подиум до окончания церемонии награждения.

3.41. Организатор, проводящий Соревнования, обязан использовать рекламные щиты с баннерами, расположенными в соответствии с официальной Схемой размещения рекламных баннеров по периметру игрового корта или должен транслировать графический (медиа) контент (анимации), предоставленный ВФВ, на LED-бортах, расположенных вокруг игрового корта.

3.42. Организатор обязан предоставлять билеты обычной категории, билеты ВИП-категории, а также обеспечивать беспрепятственный доступ почетным гостям по списку, предоставленному от ВФВ, по предварительному запросу от отдела развития ВФВ.

3.43. Организатор обязан размещать логотип Соревнований и логотипы Спонсоров ВФВ на всех рекламных носителях наружной, внутренней и интернет-рекламы, где такое размещение допустимо в соответствии с действующим законодательством РФ.

ГЛАВА 2. РЕКЛАМНЫЕ НОСИТЕЛИ И ТРЕБОВАНИЯ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ.

Рекламные носители и требования по их использованию	Рекламные возможности ВФВ	Рекламные возможности Организатора
ФОРМА СПОРТСМЕНОВ, ПОДАВАЛЬЩИКОВ И ВЫТИРАЛЬЩИКОВ		
<p>Форма спортсменов</p> <ul style="list-style-type: none"> - изготавливается в строгом соответствии с разделом «СПОРТИВНАЯ ФОРМА И ИНВЕНТАРЬ» Регламента Соревнований; - верх игровой формы изготавливается Организатором в соответствии с Регламентом ВФВ и с согласования ВФВ - игровая форма должна быть единой по цвету для одной команды, лекалам, графическим элементам, содержать надписи, нанесенные единым видом и размером шрифта у всех игроков команды. - игровая форма с логотипами спонсоров Соревнований обязательна к использованию во время презентации игровой формы, презентации игроков, Матчей, церемонии награждения - низ игровой формы (шорты, леггинсы, плавки) предоставляются Клубом Игрока - наплечные повязки, татуировки, кепки предоставляются Клубом Игрока - в случае отсутствия Спонсора со стороны ВФВ, размещаемому на игровой форме Организатора вправе воспользоваться данной позицией для размещения Спонсора Организатора 	<ul style="list-style-type: none"> - логотип Спонсора ВФВ на игровой майке в зоне груди не более 300 кв см - логотип Спонсора ВФВ на игровом топе в зоне груди не более 150 кв см - логотип соревнований не более 100 кв см - логотип мануфактуры не более 30 кв см 	<ul style="list-style-type: none"> - логотип Спонсора ВФВ на игровой майке в зоне спины не более 300 кв см - логотип Спонсора ВФВ на игровом топе в зоне спины не более 150 кв см - логотип мануфактуры не более 30 кв см
<p>Футболки подавальщиков и ровняльщиков</p> <ul style="list-style-type: none"> - изготавливаются Организатором с согласования ВФВ - вся форма должна быть единого образца: одинакового цвета, с одинаковыми графическими и шрифтовыми элементами, изготовлена по единым лекалам - должны отличаться от игровой формы команд-участниц - не допускаются футболки игровой формы ДЮСШ и др. спорт. секций 	<ul style="list-style-type: none"> - У подавальщиков – зона груди У ровняльщиков – зона спины 	<ul style="list-style-type: none"> У подавальщиков – зона спины У ровняльщиков – зона груди <p>На обратных сторонах рекомендовано размещать логотип соревнования</p>
ИГРОВОЙ КОРТ И ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ		
<p>Рекламные щиты</p> <p>По периметру игровой площадки Организатор устанавливает 22 рекламных щита, строго следуя следующей инструкции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - размер всех рекламных щитов составляет 3 х 1 м или 3,5 на 1 м; - общее число щитов (22 ед.) распределяется следующим образом: 	50% рекламного пространства	50% рекламного пространства

<p>6 щитов (с промежутком 100 см для центрального подавальщика) устанавливаются вдоль боковой линии, лицом к расположенным в центре камерам¹, По 5 щитов устанавливаются вдоль лицевых линий игрового корта, 4 щита устанавливаются с промежутком по 350 см между каждым на одной линии со стороны напротив первого судьи, 2 щита располагаются за местами игроков и устанавливаются в случае отсутствия специального оформленного места для отдыха Игроков на игровом корте;</p> <ul style="list-style-type: none"> - рекламные щиты устанавливаются вертикально или под наклоном² на расстоянии минимум 5 м и максимум 6 м от обеих лицевых линий игрового корта и минимум 3,5 м и максимум 6 м от боковых линий на соревнованиях пляжного волейбола; - рекламные щиты устанавливаются вертикально или под наклоном³ на расстоянии минимум 3 м и максимум 5 м от всех линий игрового корта на соревнованиях по волейболу на снегу; - рекламные щиты должны соответствовать Руководству по использованию фирменного стиля соревнований; - Организатор следит за щитами в период соревнований, чтобы предотвратить их заслонение фотоаппаратами, подавальщиками, одеждой и т.д., а также вновь устанавливает их в случае их падения или смещения в результате каких-либо действий игроков в ходе игры; - на рекламных щитах Организатор обязан разместить баннеры в строгом соответствии со Схемой размещения рекламных баннеров; - Организатор своими силами осуществляет установку, обслуживание и демонтаж баннеров. Баннеры должны аккуратно прикрепляться к щитам, чтобы обеспечить качественную телевизионную картинку; - Организаторы обязаны изготовить баннеры за свой счет, строго придерживаясь технических спецификаций, действующих в отношении упомянутых баннеров; - Цвета, используемые при оформлении рекламных щитов и баннеров, не должны быть флуоресцентными либо выполненными из других светоотражающих материалов, отрицательно влияющих на качество телевизионной картинки. 		
--	--	--

¹ В случае, если тех. характеристики Спортсооружения не соответствуют заданным параметрам, предусматривается индивидуальное размещение щитов, которое заранее обговаривается с руководством ВФВ

² Допустимый угол наклона 90-100°

³ Допустимый угол наклона 90-100°

<p>LED панели⁴ Обязательны для проведения Финалов соревнований в сезоне 2024-2025.</p> <p>По периметру игровой площадки Организатор устанавливает LED панели, строго следуя следующей инструкции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - высота панелей должна составлять 80-100 см, одинаковая для всех частей панелей; - 26 метров панелей устанавливаются вдоль боковой линии игрового корта лицом к расположенным в центре камерам⁵; - по 11 метров панелей устанавливаются вдоль лицевых линий игровой площадки; - 7 метров панелей устанавливаются вдоль боковой линии площадки напротив первого судьи по центру относительно игровой площадки - по 4 метра панелей устанавливаются на расстоянии 3,5 метра от краев семиметрового блока панелей вдоль боковой линии напротив первого судьи; - Организатор своими силами осуществляет монтаж, обслуживание и демонтаж LED панелей; - панели устанавливаются вертикально или под наклоном⁶ на расстоянии минимум 5 м и максимум 6 м от обеих лицевых линий игрового корта и минимум 3,5 м и максимум 6 м от боковых линий на соревнованиях пляжного волейбола; - панели устанавливаются вертикально или под наклоном⁷ на расстоянии минимум 3 м и максимум 5 м от всех линий игрового на соревнованиях по волейболу на снегу; - LED панели не должны быть травмоопасными, иметь незащищенные острые грани и углы, которые могут быть причиной повреждений игроков при столкновении с панелями; - Организатор следит за панелями в период соревнований, чтобы предотвратить их заслонение фотоаппаратами, подавальщиками, одеждой и т.д., а также обеспечивает работоспособность панелей в ходе игры; - Организатор обязан закрыть обратную сторону LED-панелей, скрыв всю коммутацию, с помощью оформления тканью в цвет фирменного стиля соревнований или черным цветом; - на панелях Организатор обязан разместить видеоконтент в строгом соответствии с согласованным с ВФВ Таймингом видеороликов для LED панелей; 	<p>60% рекламного времени</p>	<p>40% рекламного времени</p>
--	-------------------------------	-------------------------------

⁴ Рекомендуемые тех. характеристики: частота обновления - 3840, шаг пикселя - 5 мм

⁵ В случае, если тех. характеристики Спортсооружения не соответствуют заданным параметрам, предусматривается индивидуальное размещение панелей, которое заранее обговаривается с руководством ВФВ

⁶ Допустимый угол наклона 90-100°

⁷ Допустимый угол наклона 90-100°

<ul style="list-style-type: none"> - ВФВ предоставляет Организаторам видеоконтент своих Спонсоров, фирменный и развлекательный видеоконтент. В случае изменения технических требований панелей позднее, чем за 7 дне до соревнования, Организатор адаптирует видеоконтент ВФВ под новые параметры своими силами и с согласования ВФВ; - видеоконтент своих спонсоров Организатор изготавливает своими силами и с согласования ВФВ. – Организатор обязан ставить развлекательный медиаконтент в фирменном стиле Соревнований, предоставленный со стороны ВФВ – ВФВ имеет право на интеграцию наименования Спонсора ВФВ и фирменного стиля Спонсора ВФВ в ролики развлекательного контента – Организатор обязан разработать программу спортивной презентации с использованием LED-панелей в соответствии с таймингом, предоставленным ВФВ – Организатор обязан разместить видеоконтент в строгом соответствии с согласованным с ВФВ Таймингом видеороликов для LED панелей 		
<p>Судейская вышка</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформление осуществляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными рекомендациями ВФВ; - адаптация размеров, изготовление, монтаж и демонтаж оформления осуществляется силами Организатора. 	50%	50%
<p>Стойки сетки</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформление стоек изготавливается и транспортируется за счет Организатора в случае оформления данного носителя в фирменном стиле соревнований и отсутствия спонсора ВФВ на данном рекламном носителе - оформление стоек изготавливается и транспортируется за счет ВФВ в случае наличия спонсора ВФВ на данном рекламном носителе; - монтаж осуществляется силами Клуба. 	100%	Оформляется в фирменном стиле соревнований
<p>Лента вдоль верхнего и нижнего тросов сетки</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформление осуществляется в соответствии с предоставленной ВФВ Схемой размещения рекламы на поверхности игровой сетки; - оформление ленты вдоль верхнего троса изготавливается и транспортируется за счет ВФВ, - оформление ленты вдоль нижнего игрового троса изготавливается и транспортируется за счет Организатора; - монтаж и демонтаж осуществляется силами Организатора. 	100% ленты вдоль верхнего игрового троса	100% ленты вдоль нижнего игрового троса
<p>Видеоэкран</p> <ul style="list-style-type: none"> - на видеоэкране размещается информационный, рекламный и развлекательный контент в 	60% рекламного времени	40% рекламного времени

<p>соответствии с предоставленным ВФВ Таймингом для видеоэкранов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - рекламный контент ВФВ, фирменный и развлекательный контент соревнования предоставляются ВФВ; - рекламный контент Организатора изготавливается Организатором. - Организатор обязан разработать и реализовать план спортивной презентации с использованием видеоэкранов в соответствии с Таймингом - Организатор обязан обеспечить возможность вывода всего перечня контента для медиа-экрана в соответствие с Памяткой по работе с экраном, в том числе обеспечивая возможность вывода представления судей, игроков команд-участниц, счета, формируемых из системы электронного протокола (EVA), а также обеспечивая возможность выведения контента при работе системы видеофиксации игрового момента, а также вывода трансляции на такой экран. 		
<p>Флаги</p> <ul style="list-style-type: none"> - флаг РФ и флаг ВФВ одинакового размера рекомендованы для размещения в месте проведения соревнования; - флаги необходимо размещать относительно друг друга согласно Закону о Государственном флаге; - рекомендовано оформление вертикальными флагами в фирменном стиле соревнований 3,5 на 1 м - монтаж и демонтаж флагов осуществляется силами Организатора. 	50%	50%
<p>Стол секретарей</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация макета под необходимые размеры, изготовление, монтаж и демонтаж осуществляется силами Организатора 	50%	50%
<p>Пространство напротив главной камеры (второй рекламный ярус)</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - возможна интеграция Спонсоров во втором рекламном ярусе пространства напротив главной камеры 	50% Обсуждается дополнительно	50% Обсуждается дополнительно
<p>Оформление механического табло</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется с помощью пластика с накаткой пленки в фирменном стиле Соревнований - изготавливается и монтируется силами Организатора 	100%	0%
<p>Оформление мест игроков</p> <ul style="list-style-type: none"> - в случае наличия спонсора ВФВ, претендующего на задействование данной рекламной поверхности, 	50%	50%

<p>места для игроков оформляются за счет средств Спонсора ВФВ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - не допускается размещение зонтов, холодильников и полотенец для спортсменов в местах для спортсменов с использованием логотипов Спонсоров, не согласованных с ВФВ - в случае использования зонтов в местах отдыха для спортсменов рекомендуется задействовать зонты в цвете фирменного стиля соревнований. 		
<p>Оформление наружной части Спортсооружения</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оформление временных Спортсооружений обязано выполняться в фирменном стиле соревнований - В оформлении временных Спортсооружений необходимо задействовать логотип ВФВ, а также наименование официального сайта ВФВ и официальных аккаунтов ВФВ в социальных сетях - монтаж и демонтаж оформления наружной части Спортсооружений осуществляется силами Организатора 		
<p>ПЛАКАТ-ФОНЫ В МИКСТ-ЗОНЕ, В ЗАЛЕ ДЛЯ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ, ДЛЯ ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ</p>		
<p>Плакат-фон в микст-зоне</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация размеров макета, изготовление, монтаж и демонтаж осуществляется силами Организатора. 	50% рекламного пространства	50% рекламного пространства
<p>Плакат-фон в зале для пресс-конференции</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация размеров макета, изготовление, монтаж и демонтаж осуществляется силами Организатора. 	50% рекламного пространства	50% рекламного пространства
<p>Плакат-фон для церемонии награждения</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация размеров макета, изготовление, монтаж и демонтаж осуществляется силами Организатора. 	50% рекламного пространства	50% рекламного пространства
<p>ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ</p>		
<p>Афиша</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований; - обязательна к изготовлению к каждому туру соревнования; - изготавливается силами Организатора. 	50%	50%
<p>Программа</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований; - Организатор имеет право продавать рекламные страницы и удерживать весь сбор от их продажи; - ВФВ вправе размещать рекламные страницы своих спонсоров; - изготавливается силами Организатора. 	50%	50%

Аккредитации - оформляются в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований; - изготавливаются силами Организатора.	50%	50%
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА		
- изготовление всех материалов опционально (в соответствии с нуждами Организатора); - все материалы оформляются в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований.	50%	50%
ПРОЧИЕ РЕКЛАМНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ		
Объявления ведущего о спонсоре - одно рекламное объявление не должно длиться более 30 секунд; - рекламные объявления могут осуществляться только до первого свистка судьи, в интервалах между партиями, в тренерских перерывах, после свистка судьи, обозначающего окончание игры.	50%	50%
Наградные чеки - В случае наличия титульного спонсора Соревнований, на чеке размещается логотип титульного Спонсора - Если данная рекламная поверхность не задействована Спонсором ВФВ, Организатор имеет право задействовать ее под размещения Спонсора Организатора по предварительному согласованию с ВФВ	100%	0%
Пьедестал для церемонии награждения (в случае проведения классической церемонии награждения) - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация размеров макета, изготовление, монтаж и демонтаж осуществляется силами Организатора.	100 %	0%
Тумба для кубка - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация размеров макета, изготовление, монтаж и демонтаж осуществляется силами Организатора.	100%	0%
Ленты для медалей - оформляются в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация размеров макета, изготовление, осуществляется силами Организатора.	100%	0%
Ленты для аккредитаций - оформляется в соответствии с Руководством по использованию фирменного стиля соревнований или иными требованиями ВФВ; - адаптация размеров макета, изготовление осуществляется силами Организатора.	100%	0%

<p>Активации спонсора в месте проведения Соревнований</p> <ul style="list-style-type: none"> - Организатор оказывает содействие в проведении активаций Спонсоров ВФВ, предоставляет доступ представителям спонсоров ВФВ в место проведения Соревнований; - по возможности Организатор обеспечивает хранение материалов спонсора; - по возможности Организатор предоставляет призы с символикой соревнований 	50%	50%
<p>Предоставление билетов Спонсорам ВФВ</p> <p>–Клуб предоставляет 20 билетов на каждую сессию каждому Спонсору ВФВ по предварительному запросу</p>		
<p>Предоставление игровой формы Спонсорам ВФВ</p> <p>- Организатор предоставляет по 2 комплекта игровой формы для розыгрышей Спонсоров ВФВ по предварительному запросу</p>		

ГЛАВА 3. СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ ОРГАНИЗАТОРАМИ НА СОГЛАСОВАНИЕ В ВФВ

Все материалы с использованием фирменного стиля ВФВ, логотипа ВФВ, фирменного стиля соревнований ВФВ направляются не позднее, чем за 21 день до начала соревнований.

ГЛАВА 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ ФОТООТЧЕТАМ

Организатор в течение 24 часов после окончания каждого игрового дня соревнований обязан предоставить следующие материалы:

- Панорамную фотографию места проведения, а также каждого игрового корта, сделанную во время проведения матча (игроки должны находиться в процессе игрового действия) с полными зрительскими трибунами, с четкой видимостью рекламы на LED панелях/рекламных баннерах, оформлением
- Фотографии игровых моментов крупным планом на фоне каждого из баннеров/роликов спонсоров ВФВ;
- Фотографию брендированной игровой сетки крупным планом во время игры;
- Видеозапись рекламного ролика каждого из спонсоров ВФВ, размещенного на Видеоэкране в горизонтально ориентированном формате;
- Видеозапись объявления ведущим о спонсоре ВФВ в горизонтально ориентированном формате;
- Фотографию стойки игровой сетки во время игрового момента;
- Фотографию судейской вышки во время игрового момента;
- Фотографии печатных материалов (афиш, программ, аккредитаций, билетов и пр.);
- Фотографии плакат-фона в микст-зоне и/или во время пресс-конференции, церемонии награждения (фоном во время проведения интервью с обязательной четкой видимостью всех логотипов спонсоров ВФВ);
- Фотографии активации спонсоров ВФВ (при проведении);
- Фотографии подавальщиков с лицевой стороны в действии на фоне полных зрительских трибун (однократно);
- Фотографии ровняльщиков в действии со стороны спины на фоне полных зрительских трибун (однократно);
- Фотографию точки продаж с атрибутикой (при наличии, однократно);
- Фотографии наружной рекламы Соревнований
- Фотографии пьедестала церемонии награждения в случае проведения классической церемонии награждения
- Фотографии оформления механических табло
- Фотографии эмоций зрителей
- Фотографии зрителей с атрибутикой болельщиков
- Фотографии наградных чеков

Рекламный фотоотчет должен быть загружен в VFRCloud, материалы каждого игрового дня в отдельную папку. Название папки должно содержать дату.

Фотографии рекламного фотоотчета не более 3 Мб в формате .jpeg

Фотографии рекламного фотоотчета и художественные фото должны быть разделены в соответствующие подпапки: «Маркетинг» и «Художественные фото».

ГЛАВА 5. ТРЕБОВАНИЯ К ФОТОМАТЕРИАЛАМ И АВТОГРАФАМ (ПОДПИСЯМ)

5.1. Обязанности ВФВ

5.1.1 Обеспечивать Организаторов каталогизированным пространством для выгрузки фотоматериалов.

5.1.2. Обеспечивать беспрепятственный доступ для аккредитованных фотографов на Соревнования ВФВ.

5.1.3. При использовании фотографий Клуба, фотографа Организатора в публикациях на официальном сайте и соцсетях, указывать его авторство.

5.2 Обязанности Организатора:

5.2.1. Иметь фотографа, видеографа который производит качественный фотоматериал с Матчей и мероприятий Клуба.

5.2.2. Обеспечивать фотографа профессиональной техникой для съемок и/или возмещать расходы на ее аренду/покупку.

5.2.3. Обеспечивать беспрепятственный доступ для аккредитованных фотографов на Соревнования.

5.2.4. Наполнять социальные соцсети Организатора только качественными фотоматериалами для создания положительного информационного поля вокруг Организатора и ВФВ.

5.2.5. Указывать авторство фотоматериалов при их использовании в публикациях на официальном сайте, соцсетях и рекламных материалах.

5.2.6. Предоставлять дополнительные фотоматериалы по запросу ВФВ.

5.2.7. Проводить фотосессию с Игроками и судьями во время мандатной комиссии для обеспечения наличия фотографий у всех Игроков Соревнований для загрузки в электронную систему управления турнирами (EVA).

Требования к фото:

- снимать на светлом однородном фоне (бежевый/белый)
- игрок должен быть в игровой форме
- размер фото 1800x2700 пикселей
- файл фотографии должен содержать в наименовании фамилию игрока

Файлы должны быть предоставлены в Директорат соревнований в кратчайшие сроки для формирования корректного отображения команд на сайте и площадке

Экипировка должна быть выглажена, футболка не заправлена в шорты и натянута вниз, чтобы избежать складок;

Фотографии должны быть подписаны в соответствии с именем, фамилией и игровым номером Игрока.

Основные ракурсы для съемок:

- анфас (положение рук: на груди, на поясе, вдоль корпуса, а также несколько фотографий с мячом);
- пол-оборота влево (положение рук: на груди, на поясе, вдоль корпуса, а также несколько фотографий с мячом);
- пол-оборота вправо (положение рук: на груди, на поясе, вдоль корпуса, а также несколько фотографий с мячом);
- несколько фото, выражающих эмоции с мячом и без: радость, задумчивость, грусть и т.д.

5.2.8.3. Фотографии всех Спортсооружений, на которых запланировано проведение Соревнований, а именно:

- внешнего вида Спортсооружения – в светлое и темное время суток;
- вида Спортсооружения изнутри – два общих плана игрового корта;

5.2.9. Загружать в VFR Cloud художественный фотоотчет Матчей в течение 3 часов после финального свистка последнего матча игрового дня в соответствии с перечнем ниже:

- общий план, на котором запечатлен весь игровой корт в один из игровых моментов;
- крупный план с изображением игровых моментов: блок, подача, борьба на сетке, прием, игра в защите и т.д.;
- портретные фотографии игроков во время матчей;
- каждая из команд во время перерыва, консультаций с тренером и т.д.;
- яркие эмоции тренеров и игроков.

Технические требования к материалам художественного фотоотчета:

- разрешение: 1800 пикселей по короткой стороне и 2700 по длинной;
- наилучшее качество, выстроенная резкость, с правильными экспозицией и балансом белого;
- выстроенная композиция и отражение эмоциональной составляющей игры;
- равное количество фотографий каждой из команд;

5.3. За нарушение «Требований ВФВ к фотоматериалам» на Организатора налагаются штрафные санкции согласно Регламенту ВФВ.

ГЛАВА 6. ТРЕБОВАНИЯ К ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАТОРОВ ПО РАБОТЕ СО ЗРИТЕЛЯМИ

6.1. Обязанности Организатора по работе со зрителями:

6.1.1. Организатор должен иметь в штате сотрудника, ответственного за работу со зрителями и обеспечить выполнение указанным сотрудником следующих обязанностей:

6.1.1.1. Формирование перечня и обеспечение проведения мероприятий по работе со зрителями, направленных на формирование положительных впечатлений от взаимодействия с Организатором и посещения Матчей, и их постоянное совершенствование, а именно:

- Развлекательные активности в месте проведения Соревнований;
- Работа диджея и ведущего на Матчах;
- Выступление танцевальных коллективов;
- Работа Талисмана;
- Предматчевое шоу для привлечения внимания зрителей перед началом Соревнования/Матча;
- Видеоконтент для LED-бортов и экрана/куба, включая отработку ключевых игровых моментов Матча, представление Игроков, Тренеров и Судей; Взаимодействие со зрителями на арене во время Матча, включая проведение конкурсов, викторин, розыгрыш призов и так далее.

6.1.1.2 Соблюдение тайминга медиаконтента (предматчевый протокол и тайминг спонсорских роликов). Организатор обязан согласовывать общий тайминг путём его направления на почту reklama@volley.ru не менее чем за 7 (семь) календарных дней до начала Соревнования.

6.1.2. Ежегодно не позднее чем за 14 (четырнадцать) дней до начала Соревнований Организатор должен предоставлять в ВФВ список предполагаемых к проведению мероприятий, направленных на работу со зрителями. Список мероприятий может включать в себя предматчевые шоу, активности на Спортсооружении, мероприятия Организатора вне Спортсооружения, мероприятия Организатора, проводимые не в дни Соревнований.

6.1.3. Список мероприятий предоставляется в установленном и согласованном с Отделом Развития ВФВ формате. Список мероприятий должен включать в себя дату и время проведения мероприятия, наименование мероприятия и краткое описание мероприятия.

ГЛАВА 7. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВФВ И ОРГАНИЗАТОРОВ В РАМКАХ ПРОВЕДЕНИЯ ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ

7.1. Обязанности Организатора:

7.1.1. Предоставление подиумов для награждения команд. Количество подиумов должно соответствовать количеству команд.

7.1.2. Предоставление красной дорожки, а также леерных ограждений.

7.1.3. Заблаговременное предоставление технических требований для создания макетов подиумов и тумбы.

7.1.4. Предоставление ведущего, звукового, светового и пиротехнического сопровождения.

7.1.5. Обеспечение бесперебойной работы медиа-панелей и led-экранов.

7.1.6. Обеспечение беспрепятственного доступа почетных гостей к месту проведения Церемонии награждения.

7.1.7. Согласование итоговой версии сценария Церемонии награждения.

7.1.8. Предоставление медалей, кубков, при необходимости наград лучшим игрокам и дипломов

7.2. Обязанности ВФВ:

7.2.1. Предоставление предварительного сценария Церемонии награждения для дальнейшей адаптации с учетом особенностей и пожеланий Организатора.

7.2.3. Предоставление макетов подиумов и тумбы и иных материалов, выполненных в Фирменном стиле ВФВ и/или Соревнований.

7.4. Для удержания внимания онлайн, тв и офлайн-аудитории рекомендовано проведение награждения команд в следующем порядке:

1) Проведение награждения победителей соревнований сразу непосредственно после финального свистка матча. Награждение проводится кубком или медалями (в случае отсутствия кубка или иного трофея) почетным гостем соревнований на игровом корте.

2) Затем ведущий соревнований берет короткое интервью у победителей соревнований. Темой интервью могут служить: первые эмоции победителей, поддержка болельщиков в конкретном месте проведения соревнований и т.д. По договоренности с тв-координатором интервью может идти на телевидение.

3) В случае проведения общей церемонии награждения на игровом корте подготовка к ней (раскатка ковролина, вынос тумб и пресс-волла для награждения) идет во время награждения победителей последнего матча соревнований трофеем и не должна превышать 7 минут.

4) В случае наличия сцены в месте проведения соревнований общую церемонию награждения рекомендовано проводить на сцене совместно с выступлением звезд эстрады и творческих коллективов.

ГЛАВА 8. ТРЕБОВАНИЯ ВФВ ПО РАБОТЕ С ПРЕССОЙ

8.1. Общие положения

8.1.1. Каждый Организатор должен иметь специалиста, ответственного за работу со средствами массовой информации (далее СМИ) (пресс-атташе Организатора либо иного сотрудника подразделения, ответственного за связи с общественностью и СМИ), обеспечивающего взаимодействие Игроков и Тренеров со СМИ. Заменять указанное лицо другими сотрудниками Клуба из непрофильных подразделений запрещается.

8.1.2. Контактные данные (ФИО, телефон, адрес электронной почты) Пресс-атташе должны быть высланы на адрес inside@volley.ru не позднее, чем за 1 месяц до Соревнований.

8.2. Обязанности Пресс-атташе

8.2.1. Способствовать обеспечению положительного информационного поля вокруг Игроков и Тренеров, а также ВФВ, Соревнования;

8.2.3. Работать в плотном контакте с представителями местных СМИ и пресс-службой ВФВ;

8.2.4. Организовывать встречи, фото и видео съемки, интервью с игроками, тренерским составом и руководством клубов по просьбе представителей СМИ, ВФВ или Спонсора, отвечать на вопросы пресс-службы ВФВ, в целом курировать освещение выступлений клуба в СМИ.

8.2.5. Направлять в пресс-службу ВФВ пресс-клиппинг со ссылками на публикации о деятельности клуба в СМИ по окончании каждого месяца.

8.2.6. Не допускать со стороны Организатора, игроков, тренеров публичного распространения, в том числе в СМИ и в интернете (включая официальные аккаунты клубов в социальных сетях игроков), информации (фильмов, изображений, обращений и пр.), носящей оскорбительный, провокационный характер, использования ненормативной лексики в отношении своего клуба и его работников, клуба-«соперника», ВФВ, сотрудников и представителей ВФВ, а также негативных оценок спонсоров (партнеров, рекламодателей, лицензиатов) Соревнований и (или) клубов. За нарушение данного требования на Клуб налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.2.7. Организовывать работу представителей СМИ на Соревнованиях и мероприятиях Организатора из перечня ниже:

8.2.7.1. Аккредитация СМИ

8.2.7.1.1. Аккредитовывать СМИ.

8.2.7.1.2. Выслать список аккредитованных журналистов с указанием контактных данных редакций на почту inside.volley.ru не позднее чем за 14 дней до начала Соревнования. По мере обновления списка высылать актуальный список не позднее, чем за 24 часа до первого игрового дня Соревнования.

8.2.7.1.3. Выпустить достаточное количество аккредитационных карт и обеспечить ими представителей СМИ до старта сезона. Аккредитационные карты должны быть выполнены в соответствии с фирменным стилем Соревнований. За изготовление и распространение аккредитационных карт

отвечает пресс-атташе клуба. Несвоевременное изготовление аккредитационных карт приравнивается к срыву аккредитационной кампании и налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.2.7.1.4. Выпускать аккредитационные карты в трех вариантах:

- ТВ - возможность свободного перемещения по игровому залу (кроме игрового поля и технической зоны), а также доступ к местам для прессы, в пресс-центр, микст-зону и зал для пресс-конференций.
- Фото - возможность свободного перемещения по игровому залу (за пределами игровой зоны, ограниченной рекламными конструкциями), а также должен быть обеспечен доступ к местам для прессы, в пресс-центр, микст-зону и зал для пресс-конференций.
- Пресса - беспрепятственный доступ к местам для прессы, в микст-зону, пресс-центр, зал для проведения пресс- конференций.

8.2.7.1.5. Высылать макеты всех типов аккредитационных карт на адрес inside@volley.ru и reklama@volley.ru не позднее, чем за неделю до старта Соревнования. Несвоевременное предоставление макетов приравнивается к срыву аккредитационной кампании и на Организатора налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.2.7.1.6. На Матчах действуют одновременно и аккредитационные карты, изготовленные клубом, и аккредитационные карты, изготовленные и распространенные ВФВ. Предъявителям разных видов аккредитационных карт предоставляются равные возможности в игровом зале и других зонах для аккредитованных СМИ.

8.2.7.2. Пресс-конференция

8.2.7.2.1. Рекомендуется организовать пресс-конференцию, на которой будут присутствовать представители Организатора, Игроки, тренеры. Пресс-конференцию проводит пресс-атташе Организатора.

8.2.7.2.2. Анонсировать в местных СМИ, на сайте Организатора и в социальных сетях о проведении пресс-конференции. Представители СМИ, аккредитованные Организатором, должны быть поставлены в известность о предстоящей пресс-конференции. Информация о времени, месте проведения и участниках предстоящей пресс-конференции должна быть выслана на адрес inside@volley.ru минимум за 7 дней до начала пресс-конференции.

8.2.7.2.3. Рассказать представителям СМИ о подготовке Организатора к предстоящим соревнованиях, представить Игроков, высказать мнение об интересных матчах в Соревновании. После этого представителям СМИ предоставляется возможность задать свои вопросы участникам пресс-конференции. Пресс-атташе Организатора рекомендуется подготовить собственные вопросы к участникам предсезонной пресс-конференции.

8.2.7.2.4. Рекомендуется вести прямую видеотрансляцию пресс-конференции со СМИ на официальном сайте Организатора и (или) в официальном аккаунте в ВКонтakte ВФВ таким образом, чтобы аккредитованные представители СМИ, не присутствующие на встрече, имели возможность задать вопросы в режиме видеоконференции с видеоизображением.

8.2.7.2.5. Рекомендуется отправлять гиперссылку на встречу в сервисе видеоконференций на почту inside@volley.ru не позднее чем за 5 часов до начала пресс-конференции.

8.2.7.2.6. Записывать на диктофон пресс-конференцию. По итогам Организатор обязан опубликовать ее полную видеозапись на официальном сайте в течение 1 (одного) часа с момента ее окончания и транскрипт (текстовую расшифровку) в течение 3 (трех) часов с момента ее окончания. Транскрипт 3-4 ключевых реплик участников пресс-конференции должен быть выслан на адрес inside@volley.ru в день проведения пресс-конференции. За несвоевременную пересылку транскрипта или за отказ от пересылки транскрипта на Организатора налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ». Полный текст или любая часть транскрипта предсезонной пресс-конференции могут быть использованы Организатором в собственных нуждах: размещены на сайте, социальных сетях, в программках соревнований и т.д.

8.2.7.3. Открытая тренировка для СМИ

8.2.7.3.1. Рекомендуется обеспечить проведение открытой для аккредитованных представителей СМИ тренировки одной из команд по согласованию с Клубом

8.2.7.3.2. Проинформировать СМИ о проведении не позднее чем за 24 часа до начала тренировки. В случае отказа от проведения открытой тренировки, Организатору необходимо проинформировать СМИ об этом не позднее чем за 12 часов до ее начала.

8.2.7.4. Пресс-атташе Клуба рекомендуется провести Медиа-день:

8.2.7.4.1. Клубу рекомендуется провести в течение сезона 1 встречу встречи аккредитованных представителей СМИ с игроками команды.

8.2.7.4.2. Клуб обязан опубликовать дату и время проведения медиа-дня на официальном сайте Клуба и в соцсетях за 5 (пять) дней. Медиа-день проводится при подаче заявок минимум от 3 (трех) СМИ и их присутствии в Медиа-день. В том случае, если количества присутствующих СМИ недостаточно, медиа-день не считается проведенным.

8.2.7.4.3. Клубу рекомендуется вести прямую видеотрансляцию медиа-дня на официальном сайте клуба и (или) в официальном аккаунте клуба в ВКонтакте.

8.2.7.5. Организация пространства для работы СМИ на Спортсооружении:

Для организации пространства для работы СМИ на Спортсооружении Организатор обязан:

8.2.7.5.1. Выделить на Спортсооружении места для представителей прессы.

8.2.7.5.2. Установить не менее 15 стульев, а каждое место для представителей прессы должно быть обеспечено столом и электропитанием (розеткой).

8.2.7.5.3. Не допускать в места для прессы лиц без соответствующей аккредитации.

Отсутствие на игровом корте мест для представителей прессы, несоответствие их предъявляемым требованиям является грубым нарушением настоящего положения и на клуб налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.2.7.6. Пресс-центр

Организатору рекомендовано:

8.2.7.6.1. Организовать на Спортсооружении пресс-центр. Рекомендуется предусмотреть помещение, ближайшее к местам для прессы на игровом корте.

8.2.7.6.2. Следить за состоянием помещения для пресс-центра. Оно должно содержать достаточное количество рабочих мест (столов и стульев) для одновременной работы представителей всех аккредитованных СМИ. Помещение должно быть просторным, хорошо освещенным, в нем должна поддерживаться комнатная температура.

8.2.7.6.3. Обеспечить наличие беспроводного доступа в сеть Интернет и достаточного количества розеток для одновременного подключения мобильных компьютеров представителей всех аккредитованных клубом СМИ.

8.2.7.6.4. Обеспечить начало работы пресс-центра за 30 минут до начала первого матча и завершение работы через 90 минут после окончания последнего матча. Доступ в пресс-центр осуществляется только по аккредитационным картам.

8.2.7.7. Микст-зона

Организатор обязан:

8.2.7.7.1. Организовать в Спортсооружении микст-зону для общения представителей аккредитованных СМИ с Игроками.

8.2.7.7.2. Обеспечить расположение микст-зоны между игровой площадкой и раздевалками команд. Микст-зона должна быть оборудована плакат--фоном, выполненным в соответствии с фирменным стилем Соревнований. Макет плакат-фона должен быть выслан на адрес reklama@volley.ru не позднее, чем за 7 дней до старта Соревнования.

8.2.7.7.3. Осуществлять доступ в микст-зону осуществляется только по аккредитационным картам.

8.2.7.7.4. Организовать пресс-подход игроков и главных тренеров команд к представителям СМИ и регулировать работу журналистов в микст-зоне по окончании Матча.

8.2.7.7.5. Не допускать отказа Игроков без уважительных причин от интервью с представителями СМИ после окончания Матча

8.2.7.7.6. Предоставить транскрипт прямой речи участников встречи по запросу ВФВ на адрес inside@volley.ru в течение 3 часов после завершения Матча. За отказ или несвоевременную отправку транскрипта на Организатора налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.2.7.7.7. За отсутствие микст-зоны или несоответствие ее требованиям, предъявляемым настоящим положением, налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.3. Атрибутика Клубов

Не допускается ношение любой атрибутики Клубов аккредитованными представителями СМИ (кроме представителей клубного телевидения и наемных сотрудников для нужд Клуба). Наличие атрибутики является основанием для отказа в допуске представителя СМИ в Пресс-трибуну, Пресс-центр, Микст-зону, раздевалку команды или Зал для пресс-конференций.

8.4. Аккредитованные СМИ и их представители обязаны:

8.4.1. Проверять достоверность сообщаемой им информации.

8.4.2. Удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые.

8.4.3. Осуществлять видеосъемку Игроков, Тренеров и иных должностных лиц Клубов, Организатора в микст-зоне, зоне для флеш-интервью и на пресс- конференциях внутри Спортсооружений на фоне фонового плаката ВФВ. Требование о видеосъемке на фоне плаката ВФВ не распространяется на работу представителей СМИ в раздевалках команд по окончании Матчей.

8.5. Прекращение действия и лишение аккредитации представителя СМИ

8.5.1 Представитель СМИ лишается аккредитации в следующих случаях:

- Распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь, достоинство и деловую репутацию ВФВ, Клубов, Соревнований и волейбола в целом.
- В случае прекращения трудовых или иных договорных отношений Аккредитованного представителя СМИ с редакцией СМИ, либо отзыва его по решению редакции СМИ, редакция СМИ обязана сообщить об этом в пресс-службу Клуба в течение 7 (семи) дней и вернуть Аккредитационную карту, после чего аккредитация данного лица прекращается. Редакция СМИ имеет право подать заявку на аккредитацию другого представителя.

8.5.2. Представитель СМИ обязан сообщать о прекращении трудовых или иных договорных отношений аккредитованного представителя СМИ с редакцией СМИ либо отзыва его по решению редакции СМИ. Редакция СМИ обязана сообщить об этом в пресс-службу ВФВ в течение 7 (семи) дней и вернуть Аккредитационную карту ВФВ, после чего аккредитация данного лица прекращается. Редакция СМИ имеет право подать заявку на аккредитацию другого представителя.

8.5.3. Организатор имеет право на первоначальном этапе отказать представителю СМИ в аккредитации без объяснения причин.

8.6. Текстовый отчет об игровом дне Соревнований

8.6.1. Должен соответствовать нормам русского литературного языка и состоять **не более, чем из 1500 знаков** и должен быть отправлен на адрес inside@volley.ru в течение 3 (трех) часов после завершения матча. За отказ или несвоевременную присылку отчета на Организатора налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.6.2. Отчет должен содержать:

А) Описание ключевых событий завершившегося игрового дня: решающие матчи, повлиявшие на исход игрового дня, травмы игроков и т.д.;

Б) Описание событий, предшествовавших матчу в игровом дне, если они повлияли на исход матча: травма кого-то из игроков команды, полученная на тренировке, пропуск матча кем-то из игроков команды с указанием причин и т.д.;

В) Информацию о лучших игроках матча в своих амплуа: выделить игроков, продемонстрировавших выдающиеся статистические показатели, принесших своей команде решающие очки, проявивших лидерские качества, удачно вышедших на замену, продемонстрировавших нехарактерные для них статистические показатели и т.д.;

Г) Соображения о том, в каком из элементов игры преимущество победившей команды оказалось решающим.

8.6.3. Отчет не должен содержать:

А) Общих фраз, высказываний о финальном счете и счете в партиях, подробного описания статистических данных по каждому из игроков, вообще всего, что извлекается из статистической сводки;

Б) Оценки игры команд в смысле соответствия или несоответствия их уровню суперлиги, личного мнения пресс-атташе, осуждения действий кого-либо из участников матча;

В) Обсуждения работы судей;

Г) Высказываний рекламного характера, высказываний на национальные, религиозные или политические темы.

Приветствуется включение в текст отчета о матче информации о поведении болельщиков, экспресс-комментариев игроков и тренеров команды. Пресс-служба ВФВ имеет право использовать отчет о матче для размещения на сайте volley.ru. Пресс-служба ВФВ имеет право изменять и сокращать текст отчета в соответствии с нормами русского литературного языка и принципами оформления текстов, принятыми редакцией сайта volley.ru.

8.6.4. Текстовый отчет матча должен быть оформлен следующим образом:

А) Наименование соревнований, стадия соревнований, дата

Б) Описательная часть текста

В) Статистическая часть текста

Г) Комментарии:

Имя, фамилия (должность): текст

8.6.5. Все тексты (отчеты, транскрипты), присылаемые на адрес пресс-секретаря ВФВ inside@volley.ru, необходимо прислать в формате DOC (DOCX). Все изображения (фотоотчеты, индивидуальные фото игроков), присылаемые на адрес inside@volley.ru, должны быть в формате jpg. Тексты и фото других форматов не рассматриваются.

8.6.6. Организатор и Клуб обязаны использовать официально утвержденное название Соревнований в пресс-релизах, публикациях на сайте и в социальных сетях Клуба и Организатора. В случае употребления неправильного названия, на Клуб и Организатора налагаются штрафные санкции согласно «Регламенту ВФВ».

8.7. Фотоотчет

Фотоотчет, загружаемый пресс-атташе Организатора на сервер VFR Cloud в день матча, должен соответствовать требованиям, установленным в Главе 5 настоящих Требований.

ГЛАВА 9. ТРЕБОВАНИЯ ВФВ ПО РАБОТЕ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

9.1. Обязанности ВФВ:

9.1.1. Содействовать развитию официальных социальных медиа Организатора с помощью совместных публикаций (конкурсы, розыгрыши, челленджи и д.р.)

9.1.2. Обеспечивать беспрепятственный доступ специалиста по работе в социальных сетях (далее – «SMM-менеджер») Клуба и Организатора для работы на Соревнования и мероприятиях ВФВ по запросу Организатора и Клуба.

9.1.3. Указывать авторство Клуба или Организатора при использовании фото- и видеоматериалов из социальных медиа Клуба и Организатора.

9.2. Обязанности Клуба:

9.2.1. Иметь штатного SMM-менеджера, который производит качественный материал для публикаций в социальных медиа.

9.2.2. Прислать данные SMM-менеджера (ФИО, телефон, электронный адрес) на адрес a.okorokova@volley.ru не позднее 1 месяца до начала первого соревнования в сезоне..

9.2.3. Содействовать SMM-менеджеру в развитии официальных социальных медиа Клуба.

9.2.4. Обеспечивать SMM-менеджера необходимой для работы техникой или возмещать затраты на ее приобретение/ремонт.

9.2.5. Иметь (при их отсутствии – завести) официальные аккаунты/сообщества/группы во всех популярных социальных сетях: ВКонтакте, Telegram. Ссылки на все аккаунты (URL-адреса и названия аккаунтов) должны быть высланы на адрес a.okorokova@volley.ru не позднее 20 дней до начала сезона.

9.2.6. Нести ответственность за любые материалы (фотографии, видео, публикации, новости и комментарии), размещенные в аккаунтах Клуба в социальных сетях.

9.2.7. Соблюдать использование официального названия Соревнований, регламентированные ВФВ.

9.2.8. Обеспечивать официальные социальные медиа Клуба уникальным фирменным визуальным стилем Клуба.

9.2.9. При работе с болельщиками Клуб обязан:

- использовать социальные сети в целях формирования положительного информационного поля вокруг Клуба, ВФВ, Соревнования и волейбола как вида спорта в целом, а также создания у болельщиков позитивных эмоций;
- соблюдать моральные и этические нормы при обработке негативных и позитивных комментариев подписчиков в социальных сетях;
- предоставлять призы на совместные розыгрыши в социальных сетях запросу ВФВ;
- взаимодействовать с болельщиками в социальных сетях и мотивировать их на посещение матчей Клуба, посредством проведения различных конкурсов, розыгрышей и викторин.

9.3. Обязанности SMM-менеджера:

9.3.1. Размещать не менее 80 публикаций в месяц в каждом социальном медиа.

9.3.2. Организовывать работу Клуба в интернет-пространстве, а именно:

- сопровождение официальных аккаунтов Клуба в социальных медиа (публикация игровых, новостных и развлекательных материалов, мониторинг комментариев и др.)
- освещение жизни команды и игроков на площадке и вне;
- формирование положительного информационного поля вокруг Клуба в социальных сетях.

9.3.3. Использовать уникальный фирменный визуальный стиль клуба в публикациях для социальных сетей, в том числе:

- обложки для брендирования Аккаунтов в социальных сетях;
- макеты для трансляции матчей в социальных сетях (анонс матча, счет матча, статистика матча, комментарии игроков и тренерского штаба);
- макеты для размещения иной информации (важные новости клуба, дни рождения, трансферы игроков, акции, конкурсы и т.д.).
- Все макеты должны быть размером не менее 1080 пикселей по узкой стороне и соответствовать единообразию:
- для постов: 1080x1080, 1080x1350 или 1920x1080
- для сторис: 1080x1920

9.3.4. Следить за качеством публикуемых фото- и видеоматериалов:

- фотографии, видео, gif-анимации должны быть высокого разрешения – не менее 600 пикселей по широкой стороне;
- если новость предполагает размещение материалов более 500 знаков, необходимо публиковать только заголовки этих материалов, лид-абзац и ссылку на полный материал.

9.3.5. Публиковать не менее 10 постов в каждой социальной сети в день проведения Матчей.

Обязательным для публикации являются фото- и видеоматериалы на следующие темы:

- анонс дня матча;
- старт матча;
- счет после каждой завершившейся партии;
- итоговый счет матча;
- статистический отчет матча;
- комментарии участников матча;
- пресс-конференция;
- лучшие моменты матча в формате видео;
- фотоотчет.

Данные публикации должны сопровождаться медиа-файлом (графический контент, фотографии, видео, gif-анимации). Фоторепортаж должен размещаться в социальных медиа в день проведения матча или утром следующего дня (не позднее 11.00 по местному времени).

9.3.6. Не использовать в социальных медиа выражения, изображения и видео, которые оскорбляют, подрывают или ставят под сомнение честь, профессиональные и личные качества судей, других Клубов и их игроков/представителей/болельщиков, а также ВФВ и её официальных лиц.

9.3.7. Указывать авторство контента, заимствованного из аккаунтов других клубов, ВФВ, PARI Суперлиги, Сборной России, Beach VolleyRu и SnowVolleyRu.

9.3.8. Размещать новостные публикации от аккаунтов ВФВ, PARI Суперлиги, Beach VolleyRu и SnowVolleyRu а также сборной России по запросу ВФВ.

9.4. Требования к SMM-менеджеру:

- коммуникабельность и опыт написания клиентоориентированных текстов и материалов;
- грамотное владение русским литературным языком;
- опыт работы в медиа-службе;
- знание основ волейбола;
- навык работы в графических программах на уровне редактирования шаблонов и изменения вёрстки макетов;
- навык работы в программах для редактирования видео на уровне монтажа разных фрагментов и объединения их в один видеоряд;
- знание и следование современным тенденциям развития социальных медиа.

Консультация по работе в социальных сетях осуществляется в течении всего сезона в будние дни с 9.00 до 18.00 по московскому времени по e-mail a.okorokova@volley.ru.

9.5. Официальные аккаунты Клуба в социальных медиа должны иметь:

- закрепленные ссылки на все официальные аккаунты и сайт Клуба;
- счетчики посещаемости, данные которых по требованию предоставляются официальным лицам ВФВ. С целью учета общей интернет-аудитории официальные сайты Клубов должны иметь на всех страницах.

9.6. Требования к активности Игроков Клуба в социальных медиа:

9.6.1. Обеспечивать наличие страницы игрока в социальных сетях с открытым профилем не менее чем у 60% Игроков, находящихся в заявочном листе команды Клуба для его популяризации;

9.6.2. Осуществлять обновление публикаций страницы Игрока в социальных сетях не реже 1 (одного) раза в месяц.

9.6.3. Предоставить в ВФВ списки аккаунтов игроков в социальных медиа не позднее, чем за 10 (десять) календарных дней до начала соревнований.

9.6.4. Оказывать консультационную и техническую помощь игрокам клуба при ведении ими страниц в социальных сетях и их регулярном обновлении не реже 1 (одного) раза в неделю.

9.7. Требования к наличию и соблюдению клубного фирменного стиля в соцсетях клубов:

9.7.1. Каждый клуб к началу нового сезона Соревнования должен быть оснащен собственным уникальным фирменным стилем, который способен выделять клуб среди остальных неповторимым брендингом для продвижения товарного знака.

9.7.2. Отражению фирменного стиля в соцсетях способствуют макеты и шаблоны, выполненные в графическом редакторе с использованием брендбука Клуба и соответствующими элементами айдентики для постов в соцсетях, а также брендирования страниц в соцсетях (обложки и навигация сообществ), визуалов для таргетированной и контекстной рекламы и т.д.

9.8. Ответственность за нарушение «Требований ВФВ по работе в социальных медиа»

За нарушение «Требований ВФВ по работе в социальных медиа» на Клуб налагаются штрафные санкции согласно Регламенту ВФВ.

ГЛАВА 10. ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ТРАНСЛЯЦИЯ

10.1. Деятельность ВФВ направлена на популяризацию российского волейбола в России и за рубежом, осуществление продажи вещательных прав, организацию и ведение вещательной деятельности.

10.2. ВФВ обладает эксклюзивными (исключительными) правами на все виды видеоизображения матчей Соревнований любыми способами вещания. ВФВ разрабатывает и заключает Договор на передачу прав с Основным Лицензиатом и поручает ему ведение переговоров и заключение договоров с сублицензиатами.

10.3. Основной Лицензиат устанавливает порядок использования видео - изображений матчей чемпионата, Кубка, включая права на производство и передачу телевизионных и радиотрансляций, трансляций в глобальной компьютерной сети Интернет, трансляций по каналам мобильной связи и иными любыми способами.

10.4. Права ВФВ:

- поиск и привлечение спонсоров и рекламодателей в телевизионных трансляциях матчей;
- разработка спонсорских, рекламных пакетов, планов и графиков привлечения средств;
- разработка и заключение Договоров с Основным Лицензиатом.

10.5. Обязанности Основного Лицензиата:

- заключение лицензионных договоров с сублицензиатами;
- утверждение планов расстановки оборудования и методическая помощь организаторам и сублицензиатам на месте проведения соревнований;
- разработка верстки трансляции, методическая помощь телевизионным бригадам сублицензиатов по внедрению телевизионных методик производства трансляций, контроль за исполнением;
- координация передачи сигнала сублицензиатам;
- реализация телевизионных прав сублицензиатам.

10.6. Обязанности организатора мероприятия:

- своими силами и за свой счет обеспечить телевизионные трансляции матчей Мероприятия и передачу сигнала трансляций Основному Лицензиату и его сублицензиатам;
- не допускать случаев несанкционированной видеосъемки и звукозаписи на спортооружении в день проведения матча или иные случаи нарушения эксклюзивности прав Основного Лицензиата;

- обеспечивать участие спортсменов и тренеров команд в фото- и видеосъемках, и иных мероприятиях, организуемых ВФВ и Основным Лицензиатом, в том числе мероприятиях, организуемых для спонсоров, коммерческих партнеров ВФВ;

- обеспечивать при проведении соревнований соблюдение представителями СМИ условий их индивидуальных аккредитации. Не допускать в зоны, предназначенные для работы СМИ, представителей СМИ, не имеющих аккредитации;

- обеспечивать бесплатное для Основного Лицензиата и его сублицензиатов размещение и необходимые подключения (электропитание, звуковые и телевизионные коммуникации, подключение к сети Интернет) телевизионной техники, обеспечивающей телевизионную съемку, а также благоприятные условия для работы персонала Основного Лицензиата и сублицензиатов, или уполномоченных им лиц, обеспечивающих телевизионную съемку матчей;

- обеспечивать свободный доступ сотрудников Основного Лицензиата и его сублицензиатов к их рабочим местам, комментаторским позициям (кабинам), техническим помещениям, необходимым для производства прямого качественного телевизионного сигнала, а также доступ к другим помещениям спортооружения, необходимым для их работы.

- организатор обязан использовать музыкальные композиции, предоставленные ВФВ.

10.7. Технические требования по производству трансляции.

10.7.1. Трансляция должна производиться стационарной, передвижной либо кофровой ПТС, имеющей в своем составе:

- не менее 6 телевизионных камер формата HD 1080i с камерными каналами и размером матрицы не менее 2/3 дюйма, возможностью дистанционного управления цветокоррекцией, диафрагмой, служебной связью и индикацией камер в эфире с интерфейсом подключения по триаксиальному или оптическому гибриднему кабелю стандарта SMPTE;
- видеоматрица HD SDI, минимум 40x40 с наборником для режиссера видеоповторов;
- видеомикшер 2 M/E с панелью управления (не менее 16 входов);
- система замедленных видеоповторов с не менее чем с 4 камер – 1 шт.;
- объективы: 11 крат – 2 шт., 42 - 100 крат – 2 шт., 17-24 – 2 шт.;
- мини – камера с креплением на волейбольную сетку с широкоугольным объективом и размером видеоматрицы не менее 1/3 дюйма;
- радиомикрофон и радионаушник для корреспондента – 1 комплект;
- пульт звукорежиссерский цифровой (не менее 16 входов);
- матрица связи минимум с 4 независимыми линиями с возможностью двусторонней связи с операторами, телецентром, оператором видеоповторов клуба;
- графика оформления спортивных трансляций;
- цифровой видеомагнитофон с записью на жесткий диск в формате Apple ProRes 422 – 1 шт.;
- цифровой видеомагнитофон с записью на жесткий диск в формате H 264 – 1 шт.;
- оборудование для обеспечения работы не менее 1 комментаторской позиции с возможностью работы двух комментаторов;
- устройство для стримминга сигнала трансляции в сеть Интернет в форме RTMP или SRT – потока с битрейтом видео не менее 10000 кбит/с и битрейтом аудио не менее 128 кбит/с;
- видеоряд телевизионного сигнала должен содержать графику на русском языке по требованию Основного Лицензиата;
- Звуковой ряд Телевизионного сигнала должен содержать две дорожки стерео: первая стереопара должна содержать полную программу, включающую интершум, комментатора и музыкальные фонограммы; вторая стереопара должна содержать только интершум.;
- видеосигнал трансляции должен быть произведен в формате HD 1080i. Подача сигнала в интернет производится в формате HD 1080p.

10.7.2. Съемка матча должна быть произведена согласно режиссерской верстке трансляции, предоставленной Основным телеведателем и плану расстановки камер, согласованному с Основным.

10.7.3. Подборка лучших моментов матча должен содержать нарезку основных моментов матча, хронометражем от 3 до 5 мин. с замедлением или без, интершумом игры в формате H.264, либо ином телевизионном формате, согласованном с Основным телеведателем.

10.7.4. Элементы графики предоставляются Основным телеведателем по запросу и подлежат обязательному использованию Организатором.

10.7.5. В музыкальном сопровождении трансляции должны использоваться только композиции с очищенными авторскими правами;

10.7.6. ВФВ и/или Основной Лицензиат вправе предоставить организатору оборудование для передачи сигнала на сервер ВФВ и/или Основного Лицензиата. В случае предоставления такого оборудования организатор обязан передать дублирующий сигнал трансляции с помощью предоставленного оборудования. Дублирующий сигнал должен полностью совпадать с основным сигналом трансляции.

10.7.7. Организатор обязан вести резервную запись сигнала трансляции (в технических параметрах файла, идентичных техническим параметрам потока трансляции) и по запросу Основного Лицензиата разместить файл матча на указанный Основным Лицензиатом ресурс.

ГЛАВА 11. ИНТЕРНЕТ-ТРАНСЛЯЦИЯ

11.1. Технические требования по производству интернет - трансляции матчей.

Организация вывода в эфир (до 11-ти часов эфира игровых дней с каждого корта)

- доставка видеосигнала посредством RTMP или SRT протокола через сеть Интернет на сервер, согласно техническому заданию, с битрейтом видео не менее 10000 кбит/с и битрейтом аудио не менее 128 кбит/с;
- минимум одна статичная видеокамера с микрофоном на каждый игровой корт. Камера должна располагаться на расстоянии не менее 5-ти, но не более 9-ти метров от лицевой стороны игрового корта и иметь полный обзор площадки без препятствий;
- графические изображения: заявочный титр играющих команд перед каждым матчем, титр с текущим счетом и названиями команд (код, состоящий из десяти символов), титр по итогу каждой сыгранной партии, финальный титр по завершению матча);
- Организатор обязан вести резервную запись сигнала трансляции (в технических параметрах файла, идентичных техническим параметрам потока трансляции) и по запросу Основного Лицензиата разместить файл матча на указанный Основным Лицензиатом ресурс;
- В музыкальном сопровождении трансляции должны использоваться только композиции с очищенными авторскими правами;
- ВФВ и/или Основной Лицензиат вправе предоставить организатору оборудование для передачи сигнала на сервер ВФВ и/или Основного Лицензиата. В случае предоставления такого оборудования организатор обязан передать дублирующий сигнал трансляции с помощью предоставленного оборудования. Дублирующий сигнал должен полностью совпадать с основным сигналом трансляции.
- Организатор обязан включать в интернет - трансляции видеоролики, предоставленные ВФВ, согласно техническому заданию (при наличии).
- Запрещается использование любых несогласованных с ВФВ и Основным Лицензиатом видео-, аудио-роликов и графических материалов в трансляции.
- Не допускается несанкционированная видеосъемка и звукозапись матчей.

11.2. Технические требования к организации места проведения мероприятия:

- наличие кабельного интернета со скоростью не менее 50 Мбит/сек.;
- наличие точки доступа Wi-Fi исключительно для работы электронного протокола на частоте 5 ГГц;
- наличие точек электропитания около камеры;
- наличие точек электропитания около рабочего места секретаря матча.

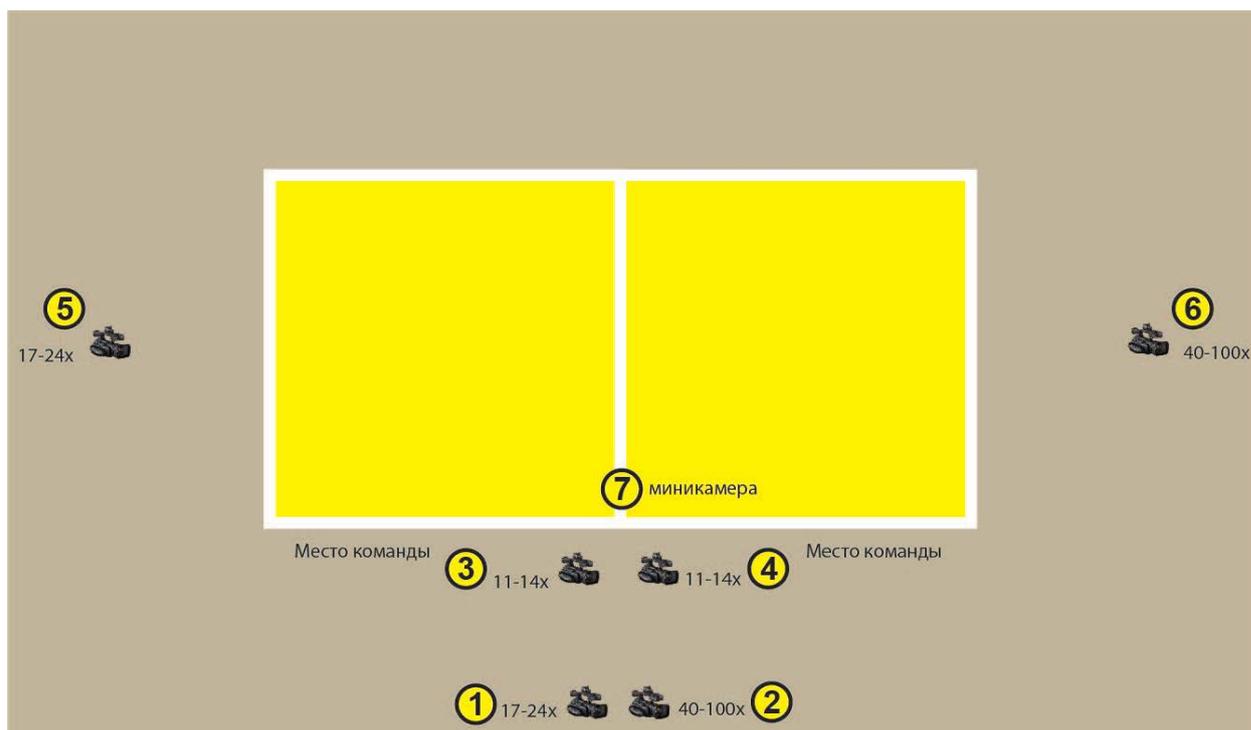
11.3. Требования к качеству трансляции:

- цветная трансляция с качественной передачей изображения (без помех);
- качественная запись позволяющая при воспроизведении различать все линии разметки игрового корта, включая зону подачи, номера игроков на игровых майках, жесты главного и второго судей, баннеры;
- инфографика в трансляции должна соответствовать инфографике, установленной ВФВ и/или Основным Лицензиатом;
- графическое оформление (плашка счета, представление команды, ход игры и т.д.) возможно генерированием из информационной системы по предварительному запросу от организатора по электронной почте broadcast@volleymedia.ru;
- звуковой ряд должен содержать только «интершум» (непрерывный звуковой сигнал, состоящий из естественного звукового фона без комментариев в случае отсутствия комментатора)
- в случае присутствия комментатора необходимо передавать звуковой ряд с комментариями.

11.4. Организатор должен предоставить тестовый сигнал с графическим оформлением на сервер и по параметрам, согласно техническому заданию, не менее чем за 24 часа до начала соревнований.

Схема расстановки камер при телевизионной трансляции

- Минимальная схема расстановки камер



Камера 1 - Ведущая камера со стандартным объективом, показывающая основной рисунок игры (на штативе с ручками управления фокусом и трансфокатором, и накамерным монитором). Стоит в верхней точке по линии волейбольной сетки.

Камера 2 – Камера укрупнения с длиннофокусным объективом (на штативе с ручками управления фокусом и трансфокатором, и накамерным монитором). Стоит либо рядом с ведущей (справа или слева), либо под ней не ниже 2 метров от верхнего троса сетки.

Камера 3 – Камера левой команды (ручная камера с видоискателем (глазком)). Оператор располагается на стуле справа от скамейки игроков. Работает с плеча, без штатива. На тайм-аутах подходит к командам.

Камера 4 - Камера правой команды (ручная камера с видоискателем (глазком)). Оператор располагается на стуле слева от скамейки игроков.

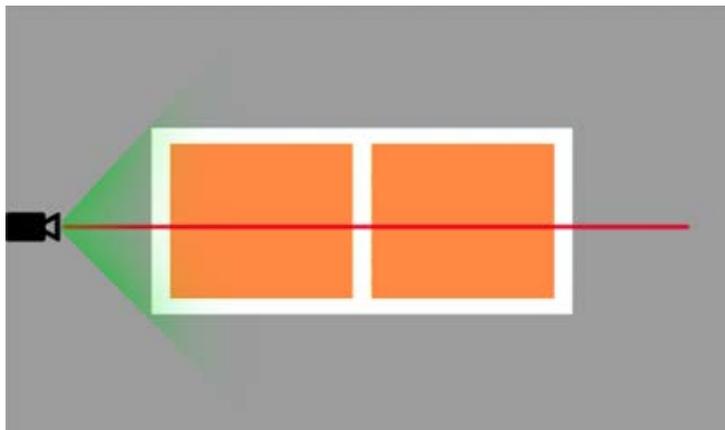
Работает с плеча, без штатива. На тайм-аутах подходит к командам.

Камера 5 – Тактическая камера со стандартным объективом (на штативе с ручками управления фокусом и трансфокатором, и накамерным монитором).

Камера 6 – Камера укрупнения с длиннофокусным объективом (на штативе с ручками управления фокусом и трансфокатором, и накамерным монитором).

Камера 7 – Мини-камера на волейбольной сетке с широкоугольным объективом. Крепится на сетке чуть выше и правее или левее верхнего троса. Показывает блоки и события около сетки. В основном используется для повторов.

Схема расстановки камер при интернет-трансляции



Ведущая камера должна располагаться с торцевой стороны на высоте не менее 5 метров над уровнем площадки, и не более 7 метров. Удаление камеры от лицевой (или боковой) линии площадки должно составлять не менее 5 метров, но не более 9 метров.