

Затверджено рішенням Президії  
Професіональної волейбольної  
ліги України

№ 01 від «29» липня 2022 року

Президент ЦВЛУ

Дубинський В.М.



# Регламент

## з маркетингу та комунікацій

### Професіональної волейбольної ліги України

Київ 2022

Зміст

**Регламент**

**Error! Bookmark not defined.**

ГЛАВА 1. Основні напрямки діяльності ПВЛУ у галузі маркетингу та комунікацій	3
ГЛАВА 2. ДІЯЛЬНІСТЬ ПВЛУ І КЛУБІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ ПРАВ	3
ГЛАВА 3. Вимоги ПВЛУ щодо роботи пресслужб	8
ГЛАВА 4. Вимоги ПВЛУ щодо роботи в соціальних медіа	13
ГЛАВА 5 Права на медіаконтент ПВЛУ та його розповсюдження	14
ГЛАВА 6. Вимоги до передсезонної фотосесії	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **ГЛАВА 1. Основні напрямки діяльності ПВЛУ у галузі маркетингу та комунікацій**

1. ПВЛУ здійснює комерційну діяльність з розпорядження майновими правами на Лігу (реалізація комерційних та прав на телевізійні трансляції, прав на статистичні бази даних), видавничу діяльність, діяльність із просування товарних знаків ПВЛУ, «СУПЕРЛІГА-БУДІНВЕСТ», «СУПЕРЛІГА-DMART». ПВЛУ має право повністю або частково делегувати свої права третім особам.

2. Основні напрямки діяльності ПВЛУ:

2.1. Розпоряджається комерційними правами, а саме: виключними правами на використання найменування Ліги та її символіки, на розміщення реклами товарів, робіт та послуг у місцях проведення Матчів, визначення статусів спонсорів (партнерів, рекламодавців), а також іншими правами на використання найменування Ліги та її символіки, пов'язані зі статусом організатора Ліги.

2.2. Розпоряджається медіа правами, а саме: виключними правами на висвітлення Ліги за допомогою трансляції зображення та (або) звуку будь-якими способами, та (або) за допомогою будь-яких технологій, а також за допомогою здійснення запису трансляцій та (або) фотозйомки Ліги, а також іншими правами на висвітлення Ліги, однак пов'язаними зі статусом організатора Ліги.

2.3. Розпоряджається невиключними правами на використання, у тому числі комерційне, але виключно у зв'язку з Матчами та Лігою загалом об'єктів.

Примітка. Під поняттям «виключно у зв'язку з Матчами та Лігою загалом» розуміється використання таких об'єктів спільно із символікою Ліги та (або) найменуванням Ліги, та (або) об'єктами Клубів, які створюють у невизначеного кола осіб асоціацію таких об'єктів із Матчами чи Лігою загалом.

2.4. Здійснює взаємодію із засобами масової інформації.

2.5. Розпоряджається правами на статистичні бази даних щодо Матчів, створених на основі ігрової статистики за допомогою збору таких статистичних даних, будь-якими способами та (або) за допомогою будь-яких технологій.

2.6. Розподіл рекламного простору в Матчах Ліги здійснюється відповідно до [додатку-схеми](#) розподілу рекламних площ.

## **ГЛАВА 2. Діяльність ПВЛУ і Клубів при реалізації комерційних прав**

3. Права ПВЛУ

3.1. ПВЛУ як володар майнових прав на Лігу здійснює реалізацію всіх комерційних прав, включаючи, але не обмежуючись такими діями:

3.2. Силами штатних співробітників або комерційних Інспекторів матчів здійснює контроль за виконанням та розміщенням Клубами рекламних матеріалів відповідно до вимог цього Регламенту та умов Угоди про розподіл рекламного простору, стан

рекламних матеріалів на Спортспоруді, а також контролює виконання Клубами інших вимог Регламенту ПВЛУ.

3.3. Накладає на Клуби штрафи за невиконання чи неналежне виконання вимог цього Регламенту.

3.4. Проводить акредитацію та контролює допуск на Матчі та інші заходи ПВЛУ представників засобів масової інформації.

3.5. Затверджує та (або) розробляє порядок та зміст церемоній, що проводяться під час Матчів, у тому числі церемоній відкриття та закриття Матчів, щодо інтеграції участі представників спонсорів (партнерів, рекламодавців) Ліги та інших осіб у цих церемоніях, а також проводить спеціальні заходи ПВЛУ, розробляє та випускає продукцію до окремих акцій та заходів.

3.6. Використовує самостійно, надає та контролює використання третіми особами прав на назви, зображення офіційної атрибутики та символіки Ліги, включаючи:

а) зображення Кубків та іншої нагородної атрибутики Ліги;  
б) товарні знаки та інші позначення та засоби індивідуалізації, символіку та інші результати інтелектуальної діяльності Клубів;

в) зображення, П.І.Б., зразки підпису та почерку, зовнішній вигляд, стилізовані та фотографічні образи Волейболістів (далі - Гравців) у Клубному екіпіруванні, слогани, висловлювання, популярні висловлювання та інші атрибути персоніфікації Гравців, Тренерів, лікарів, керівників та інших посадових осіб та фахівців Клубів, Суддів, Комісарів матчів, Інспекторів матчів, що беруть участь у Матчах та інших заходах ПВЛУ, включаючи випадки, коли такі зображення є основним об'єктом використання, при цьому передача третім особам прав на фотозображення Гравців у клубному екіпіруванні в ігровий момент матчу підлягає попередньому погодженню з Клубом лише у випадку, коли зображення Гравця є основним об'єктом на фотографії.

3.7. Залучає спонсорів (партнерів, рекламодавців) Ліги, а також резервує будь-які товарні категорії з метою забезпечення ексклюзивності залучених спонсорів (партнерів, рекламодавців) у їх товарних категоріях, визначає умови такої ексклюзивності. Для забезпечення цього положення ПВЛУ не пізніше ніж за місяць до початку Ліги надсилає до Клубів інформаційний лист із переліком зарезервованих за ПВЛУ товарних категорій та умовами ексклюзивності спонсорів (партнерів, рекламодавців) Ліги, а також погоджує товарні категорії, місця розміщення та зовнішній вид рекламних матеріалів спонсорів (партнерів, рекламодавців) Клубу під час проведення «домашніх» Матчів з правом відмовити у відповідності до спонсорів (партнерів, рекламодавців) Клубу при перетині за товарними категоріями, зарезервованими за ПВЛУ, або за порушення Клубом умов ексклюзивності, зазначених вище.

3.8. Використовує рекламні можливості Спортспоруд, обладнання Спортспоруд та проводить будь-які рекламні акції, промоакції, спеціальні маркетингові заходи під час

проведення Матчів та інших заходів ПВЛУ, а також інформує Клуби про необхідність заміни аудіороликів для гучної системи оповіщення, відеороликів для інформаційного табло не пізніше ніж за 2 дні до Матчу шляхом направлення монтажного листа та повідомлення про місцезнаходження рекламних матеріалів на сервері електронною поштою.

3.9. Виробляє та направляє за свій рахунок до Клубів:

а) рекламні матеріали спонсорів (партнерів, рекламодавців) Ліги для розміщення всередині Спортспоруд під час проведення Матчів та інших заходів ПВЛУ (включаючи налівки на паркет, рекламу на бортах (заборах довкола майдачика) , аудіоролики, відеоролики для інформаційних табло (анімацію) для дисплея-фасції тощо);

б) макети рекламних матеріалів спонсорів (партнерів, рекламодавців) Ліги для розміщення у програмах, на інтернет-сайтах Клубів;

в) промо-матеріали ПВЛУ для розміщення у точках продажу сувенірної продукції всередині Спортспоруд під час проведення Матчів та інших заходів ПВЛУ (включаючи, але не обмежуючись, POS-матеріали для оформлення вітрин, викладення товару тощо).

3.10. Реалізує самостійно або надає права третім особам здійснювати торгівлю будь-якими товарами всередині Спортспоруд під час проведення Матчів, які не містять символіки Клубу-«господаря». Відповідно до Угоди користувача виробляє та реалізує товари з назвою та (або) атрибутикою Ліги та Клубів, зазначених у підпункті 2.5 статті 2 Регламенту з маркетингу та комунікацій ПВЛУ, включаючи сувенірну та ліцензійну продукцію, а також надає зазначені права третім особам.

3.11. Здійснює контроль за використанням відео- та фотозображень Матчів та інших заходів ПВЛУ, включаючи виробництво, передачу та використання телевізійних та радіотрансляцій, трансляцій в Інтернеті, трансляцій по каналах мобільного зв'язку та фотозйомок Матчів та інших заходів ПВЛУ на території будь-яких країн світу.

3.12. Надає дозволи на використання Матчів, Ліги в цілому, товарних знаків та інших позначень та засобів індивідуалізації Клубів, зображень Гравців, Тренерів, лікарів, керівників та інших посадових осіб та спеціалістів Клубів, статистичних баз даних Матчів та матчів у рамках інших заходів ПВЛУ для створення ігрових технологій, зокрема створення комп'ютерних ігор, мобільних додатків тощо.

3.13. Надає офіційні статуси, титули та інші комерційні позначення спонсорам (партнерам, рекламодавцям) Ліги та інших заходів ПВЛУ.

3.14. Здійснює діяльність у галузі популяризації Ліги, ПВЛУ, Клубів та волейболу в цілому шляхом здійснення рекламної, виставкової, просвітницької діяльності, співпраці зі ЗМІ, а також видавничої діяльності, інформаційного наповнення офіційного інтернет-сайту ПВЛУ та ін.

3.15. Здійснює зовнішню та внутрішню комунікацію, висвітлюючи Лігу, діяльність ПВЛУ та Клубів у засобах масової інформації.

3.16. Здійснює міжнародну діяльність, спрямовану на розвиток та підтримку контактів із закордонними організаціями, які проводять волейбольні змагання за участю Клубів, а також надає допомогу Клубам у переговорах із закордонними організаціями.

3.17. Здійснює контроль за використанням статистичних баз даних Матчів та матчів у рамках інших заходів ПВЛУ.

#### 4. Права Клубів

4.1. Клуби можуть використовувати частину прав на Лігу, у тому числі в комерційних цілях, у порядку та на умовах, передбачених Регламентом, відповідно до [додатку-схеми](#) розподілу рекламних площ. Використання товарних знаків ПВЛУ та (або) символіки Ліги без згоди ПВЛУ у випадках, не пов'язаних із проведенням «домашніх» Матчів, або без підписаної між ПВЛУ та Клубом Угоди користувача неприпустимо і буде кваліфіковано відповідно до цивільного, адміністративного та кримінального законодавства України.

4.2. Клуби можуть використовувати логотипи та найменування інших Клубів — учасників ПВЛУ — в інформаційних цілях у рамках проведення та анонсування Матчів.

4.3. Частина прав на розміщення реклами всередині та зовні Спортспоруд та (або) на екіпіруванні Гравців може використовуватися Клубами відповідно до Регламенту, відповідно до [додатку-схеми](#) розподілу рекламних площ

4.4. Клуб має право використовувати рекламні можливості Спортспоруди та обладнання Спортспоруди, проводити рекламні акції, спеціальні маркетингові та інші заходи під час проведення «домашніх» Матчів у власних цілях лише за наявності належним чином оформленої (підписаної) з ПВЛУ відповідно до [додатку-схеми](#) розподілу рекламних площ.

#### 5. Обов'язки Клубу

5.1. Клуб повинен мати середньострокову Комерційну стратегію клубу в частині діяльності Клубу в Лігах ПВЛУ, затверджену органом управління Клубу строком не менше ніж на 3 (три) сезони починаючи з сезону 2022/2023 років, реалізовувати її та щорічно оновлювати.

5.2. Клуб зобов'язаний не пізніше 15 днів до початку Ліги підписати та подати [додаток-схему](#) розподілу рекламних площ

5.3. Клуб зобов'язаний у своїй роботі керуватися такими документами:

5.4. Клуб повинен мати у штатній структурі підрозділ, відповідальний за роботу з партнерами Клубу та спонсорами (партнерами, рекламодавцями) ПВЛУ, за розміщення реклами на Спортспоруді, екіпіруванні, устаткуванні, інтернет-сайті та поліграфічній продукції.

5.5. Клуб зобов'язаний з метою популяризації волейболу серед широкого кола осіб забезпечувати наявність згод від своїх спонсорів (партнерів, рекламодавців) на використання їх засобів індивідуалізації, що увійшли до кадрів відео- та фотозображень Матчів та інших заходів ПВЛУ та третіми особами у складі кінопродукції, включаючи будь-які її фрагменти.

5.6. Клуб зобов'язаний за свій рахунок забезпечувати належний монтаж наданих ПВЛУ рекламних матеріалів та інформації про спонсорів (партнерів, рекламодавців).

5.7. У період проведення матчу Клуб-«господар» зобов'язаний:

а) Забезпечувати розміщення та підтримку належного стану та зовнішнього вигляду виробленого за свій рахунок банера прес-зони — фонового плакату із зображеннями логотипів спонсорів (партнерів, рекламодавців) Ліги та Клубу, макет якого надається ПВЛУ, — у Залі для прес-конференцій за участю Тренерів ПВЛУ та Клубів.

б) Забезпечувати розміщення та підтримання належного стану та зовнішнього вигляду вироблених за свій рахунок банерів, не допускати проведення інтерв'ю не на тлі банерів зони для флеш-інтерв'ю. Верхній край банерів для флеш-інтерв'ю має бути розташований на висоті не менше 2,5 м від підлоги.

в) Забезпечувати на підставі попередньої заявки ПВЛУ на безоплатній основі можливість проведення промо-, PR- або соціально-орієнтованих заходів ПВЛУ, спонсорів (партнерів, рекламодавців, ліцензіатів) Ліги всередині Спортспоруд, включаючи, але не обмежуючись, фойє, VIP-зону, а також зовні Спортспоруди, у тому числі перед входами на Спортспоруду.

г) Забезпечувати на підставі попередньої заявки ПВЛУ надання на оплатній основі площі у фойє Спортспоруд для організації спонсорами (партнерами, рекламодавцями, ліцензіатами) Ліги точок продажу продукції, що випускається.

д) Забезпечувати на підставі попередньої заявки ПВЛУ на безоплатній основі можливість демонстрації та розповсюдження продукції та (або) рекламних матеріалів ПВЛУ, спонсорів (партнерів, рекламодавців, ліцензіатів) Ліги.

6. Клуб зобов'язаний погоджувати із ПВЛУ:

6.1. Початковий перелік спонсорів (партнерів, рекламодавців) Клубу, а також зміни у ньому – не пізніше ніж за 2 тижні до підписання відповідних угод та фактичного розміщення рекламних матеріалів, а також зміни у ньому протягом сезону;

6.2. Перелік позицій для розміщення рекламних матеріалів, у тому числі позицій, які не передбачені ПВЛУ та відповідно до [додатку-схеми](#) розподілу рекламних площ

6.3. Макети всіх рекламних матеріалів, а також рекламні матеріали, що плануються до розміщення на об'єктах розміщення.

6.4. ПВЛУ направляє до Клубу рішення про погодження рекламних матеріалів пізніше п'яти робочих днів із моменту отримання відповідного листа.

6.5. Клуб зобов'язаний здійснювати виробництво та розміщення рекламних матеріалів

### **ГЛАВА 3. Вимоги ПВЛУ щодо роботи пресслужб**

#### **7. Вимоги та обов'язки пресаташе**

7.1. Клуб Ліги повинен мати пресаташе, дані про якого (ПШБ, телефон, адреса електронної пошти) мають бути надіслані на адресу: [press@pvlu.org](mailto:press@pvlu.org) не пізніше ніж за 20 днів до початку Ліги.

7.2. В обов'язки пресаташе входить організація роботи представників місцевих та центральних засобів масової інформації (далі – ЗМІ) на матчах клубу, забезпечення роботи пресслужби клубу, забезпечення виконання вимог, перелічених у цьому положенні.

7.3. Пресаташе Клубу Суперліги працює у щільному контакті з представниками місцевих ЗМІ та пресслужбою ПВЛУ, на вимогу представників акредитованих ЗМІ організовує зустрічі з гравцями, тренерським складом та керівництвом клубів, відповідає на питання пресслужби ПВЛУ, загалом займається висвітленням виступів клубу у місцевих та центральних ЗМІ. До обов'язків пресаташе входить також інформування пресслужби ПВЛУ про час початку домашніх матчів команди у змаганнях за сім днів до гри.

#### **8. Передсезонна пресконференція**

8.1. До старту змагань (на вимогу прес-служби ПВЛУ, але не пізніше ніж за 3 дні до початку Ліги) клуб зобов'язаний організувати передсезонну пресконференцію, на якій обов'язково повинні бути присутніми представники керівництва клубу, головний тренер, капітан або інший гравець команди та перекладач (за необхідністю). Пресконференцію проводить пресаташе клубу. Передсезонна пресконференція має бути проанонсована у всіх можливих ЗМІ, на клубному сайті та у соціальних мережах не пізніше ніж за 3 дні до її початку. Інформація про пресконференцію (дата, місце проведення, список учасників) повинна бути надіслана до пресслужби ПВЛУ на адресу: [press@pvlu.org](mailto:press@pvlu.org) за 24 години до офіційного анонсу. Окрім власних питань та питань представників акредитованих ЗМІ, пресаташе клубу повинен поставити питання, які йому надсилає пресслужба ПВЛУ (якщо такі будуть).

8.2. Передсезонна пресконференція має бути записана пресаташе клубу на диктофон. Запис має бути розшифрований одразу після закінчення пресконференції. Транскрипт (розшифрований запис) 3-4 ключових реплік учасників пресконференції має



бути надісланий на адресу: [press@pvl.org](mailto:press@pvl.org) в день проведення пресконференції. Повний текст або будь-яка частина транскрипту передсезонної пресконференції можуть бути використані клубом у власних потребах: розміщені на клубному сайті, у програмах до перших матчів змагань Ліги тощо.

8.3. Разом із транскриптом передсезонної пресконференції пресаташе клубу зобов'язаний надіслати на адресу: [press@pvl.org](mailto:press@pvl.org) індивідуальні фотографії гравців команди та тренерського складу розміром не менше ніж 1000 пікселів за короткою стороною.

8.4. Передсезонна пресконференція повинна обов'язково транслюватися на офіційних ресурсах ПВЛУ.

## 9. Акредитація ЗМІ

9.1. Акредитацію всіх ЗМІ проводить ПВЛУ.

9.2. Дані для виготовлення акредитаційних карток для акредитованих ПВЛУ представників ЗМІ надаються клубу по мірі надходження, клуб зобов'язаний у термін не пізніше ніж за 3 робочі дні виготовити друковану акредитаційну картку та передати її представнику ЗМІ.

9.3. На матчах Ліги діють одночасно як акредитаційні картки, виготовлені клубом, так і акредитаційні картки, виготовлені та поширені ПВЛУ.

9.4. Пред'явникам акредитаційних карток ЗМІ, клубу або ПВЛУ з позначкою "Преса" має бути забезпечений безперешкодний доступ до спортивної споруди та надано місце в залі для перегляду гри або спеціально обладнаних місць для преси. Також пресаташе клубу повинен надати представникам ЗМІ інформацію щодо місця проведення пресконференції у спортивній споруді та забезпечити безперешкодний доступ до цього місця.

9.5. Пред'явникам акредитаційних карток ЗМІ, клубу або ПВЛУ з позначкою "Фото/Відео" має бути забезпечений безперешкодний доступ до спортивної споруди та надана можливість вільного переміщення ігровим залом (за межами ігрової зони, обмеженої рекламними банерами). Також пресаташе клубу повинен надати представникам ЗМІ інформацію щодо місця проведення пресконференції у спортивній споруді та забезпечити безперешкодний доступ до цього місця.

9.6. Макети всіх типів акредитаційних карток повинні бути надіслані пресаташе клубу на адресу: [pvl.ua@gmail.com](mailto:pvl.ua@gmail.com) не пізніше ніж за тиждень до початку змагань.

9.7. Клуб має відстежувати та забороняти знаходження в місцях, виділених для акредитованих представників ЗМІ, стороннім особам, а також забороняти особам без акредитації отримувати інформацію на професійні фото-, відео- та аудіотехнічні засоби.

10. Зала для проведення пресконференцій
- 10.1. Клуб зобов'язаний організувати в ігровому залі приміщення для проведення пресконференцій.
- 10.2. Приміщення має бути обладнане достатньою кількістю стільців для всіх представників акредитованих ЗМІ. Стільці мають бути виставлені рядами навпроти місць для учасників пресконференції. Місцем для учасників пресконференції є стіл (або кілька зрушених столів), розташований уздовж однієї зі стін зали для пресконференцій і розгорнутий до рядів стільців для представників ЗМІ так, щоб учасники пресконференції сиділи обличчям до представників ЗМІ.
- 10.3. Стіна, вздовж якої розташований стіл для учасників пресконференції, має бути закрита пресбанером, виготовленим клубом завчасно відповідно до фірмового стилю змагань.
- 10.4. Приміщення для пресконференцій має бути оснащено не менше ніж 10 розетками 220 В, дротовим та бездротовим інтернетом швидкістю не менше ніж 50 мбит/с сумарно.
- 10.5. Приміщення для пресконференцій має бути оснащено місцем для розташування операторів позаду стільців на підйомі 50 см від підлоги.
- 10.6. Приміщення для пресконференцій повинно бути оснащено аудіосистемою, що складається мінімум з чотирьох стаціонарних мікрофонів для конференцій на столі, мікшерського пульта для зведення сигналів з цих мікрофонів, підсилювача розподільника зведеного сигналу не менше ніж на 10 споживачів.
- 10.7. Акредитовані представники ЗМІ повинні мати доступ до зали для пресконференцій протягом усього спортивного заходу для використання приміщення у якості пресцентра, якщо наявність останнього не передбачена окремо у спортивній споруді.
- 10.8. За наявності окремого пресцентра він повинен бути оснащений не менше ніж 10 розетками 220 В, дротовим та бездротовим інтернетом швидкістю не менше ніж 50 мбит/с сумарно.
- 10.9. Після закінчення гри допускається робота у пресцентрі або залі для проведення пресконференцій протягом не менше ніж 2 години.
  
11. Післяматчева пресконференція
- 11.1. Післяматчева пресконференція проводиться без винятків після кожної гри Ліги та обов'язково транслюється на офіційний ютюб канал ПВЛУ (DiviSport Volleyball).
- 11.2. На післяматчевій пресконференції повинні бути присутніми тренер та мінімум один гравець від кожного з клубів, що брали участь у грі.
- 11.3. Адмініструє та проводить пресконференцію пресаташе клубу господаря.
- 11.4. По закінченню пресконференції клуб повинен надати відеозапис

пресконференції двома частинами, а саме: запис пресконференції господарів та запис пресконференції гостей на адресу: [pvlua.ua@gmail.com](mailto:pvlua.ua@gmail.com) не пізніше ніж за 2 години після закінчення пресконференції.

11.5. По закінченню пресконференції клуб повинен надати транскрипт (розшифровку запису) пресконференції господарів та пресконференції гостей на адресу: [press@pvlua.org](mailto:press@pvlua.org) не пізніше ніж за 2 години після закінчення пресконференції.

11.6. По закінченню пресконференції клуб повинен надати загальне фото та фото кожного учасника заходу окремо у якості не менше ніж 1000 пікселів по меншій стороні як з пресконференції господарів, так і пресконференції гостей на адресу: [press@pvlua.org](mailto:press@pvlua.org) не пізніше ніж за 2 години після закінчення пресконференції.

## 12. Післяматчевий звіт

12.1. Звіт про матч повинен відповідати нормам української літературної мови і складатися не більше ніж з 1500 знаків. Звіт повинен містити:

12.1.1. Опис ключових подій матчу, що завершився: вирішальні розіграші, заміни, що вплинули на результат зустрічі, травми гравців тощо;

12.1.2. Допис подій, що передували матчу, якщо вони вплинули на результат гри: травма когось із гравців команди, отримана на тренуванні, пропуск матчу кимось із гравців команди із зазначенням причин тощо;

12.1.3. інформацію про найкращих гравців матчу у своїх амплуа: виділити гравців, що продемонстрували видатні статистичні показники, які принесли їхній команді вирішальні очки, виявили лідерські якості, вдало вийшли на заміну, продемонстрували не характерні для них статистичні показники тощо;

12.1.4. міркування про те, в якому з елементів гри перевага команди, що перемогла, виявилася вирішальною.

12.1.5. Цитата, пряма мова в звіт

12.2. Звіт не повинен містити:

12.2.1. загальних фраз, висловлювань про фінальний рахунок і рахунок у партіях, детального опису статистичних даних щодо кожного з гравців та інформації, яку можна отримати зі статистичного зведення;

12.2.2. оцінки гри команд у сенсі відповідності або невідповідності їхньому рівню, особистої думки пресаташе, засудження дій будь-кого з учасників матчу;

12.2.3. обговорення роботи суддів;

12.2.4. висловлювань рекламного характеру, висловлювань на національні, релігійні чи політичні теми не погоджених з ПВЛУ.

12.3. Вітається включення до тексту звіту про матч інформації щодо поведінки вболівальників, експрес-коментарів гравців та тренерів команди. Прес-служба ПВЛУ має право використати звіт про матч для розміщення на сайті [pvlua.com](http://pvlua.com). Пресслужба

ПВЛУ має право скорочувати та змінювати текст звіту відповідно до норм української літературної мови та принципів оформлення текстів, прийнятих редакцією сайту [pvlu.com](http://pvlu.com).

12.4. Післяматчевий звіт повинен включати не менше ніж 20 фотографій розміром мінімум 1500 пікселів по короткій стороні. Фотографії мають бути оброблені, чіткі, з правильною експозицією, з правильним “балансом білого”, збудовані композиційно, відображати емоційну складову гри. Фотозвіт має нести ідею.

12.5. Фотозвіт повинен містити:

12.5.1. фотографії шикування кожної команди перед грою;

12.5.2. фотографії привітання гравців із тренером перед виходом на гру;

12.5.3. фотографії процесу блокування кожної з команд;

12.5.4. фотографії нападаючого удару діагонального гравця та догравальника кожної з команд;

12.5.5. фотографії прийому ліберо кожної з команд;

12.5.6. фотографії дій зв'язуючого гравця кожної з команд;

12.5.7. фотографії емоцій гравців;

12.5.8. фотографії емоцій тренера при вдалих діях команди;

12.5.9. фотографії нагородження команд та MVP.

12.6. Післяматчевий звіт має бути надіслано на адресу: [press@pvlu.org](mailto:press@pvlu.org) у день гри не пізніше ніж за 2 години після закінчення матчу.

13. Вимоги до матеріалів, що надходять від клубів до ПВЛУ

13.1. Всі тексти (звіти, транскрипти), що надсилаються на адресу прессекретаря ПВЛУ, мають бути у форматі .doc. Усі зображення (фотозвіти, індивідуальні фото гравців), що надсилаються на адресу: [press@pvlu.org](mailto:press@pvlu.org), мають бути у форматі jpg. Тексти та фото інших форматів не розглядаються.

14. Вимоги щодо використання назви Ліши

14.1. Усі клуби Суперліги зобов'язані у своїх прес-релізах, публікаціях на сайті та в соціальних мережах використовувати офіційно затверджену назву змагання Ліги.

14.2. Повна назва – чемпіонат України з волейболу серед чоловічих команд «СУПЕРЛІГА-БУДІНВЕСТ» сезону 2022/2023 років. Скорочена назва – «СУПЕРЛІГА-БУДІНВЕСТ» сезон 2022/2023 років.

14.3. Повна назва – чемпіонат України з волейболу серед жіночих команд «СУПЕРЛІГА-ДМАРТ» сезону 2022/2023 років. Скорочена назва – «СУПЕРЛІГА-ДМАРТ» сезон 2022/2023 років.

15. Відповідальність

15.1. За невиконання вимог на клуб накладаються штрафні санкції згідно з

Дисциплінарним кодексом.

#### **ГЛАВА 4. Вимоги ПВЛУ щодо роботи в соціальних медіа**

16. Клуби Ліги повинні мати фахівця з роботи у соціальних мережах або компанію, з якою укладено угоду про адміністрування соцмереж Клубу (далі – SMM-менеджер).

17. SMM-менеджер Клубу повинен пройти навчання у ПВЛУ, яке проводиться централізовано для всіх учасників за 10 днів до початку Ліги.

18. Клуб повинен надати ПВЛУ дані SMM-менеджера (ПІБ, телефон, електронна пошта) на адресу: [pr@pvlu.org](mailto:pr@pvlu.org) не пізніше ніж за 20 днів до початку Ліги.

19. Клуби повинні мати (за їх відсутності – завести) офіційні Акаунти/спільноти/групи в таких соціальних мережах: Instagram, Facebook, TikTok (далі – Акаунти). Посилання на всі Акаунти (URL-адреси та назви Акаунтів) мають бути надіслані на адресу: [pr@pvlu.org](mailto:pr@pvlu.org) не пізніше 20 днів до початку Ліги.

20. Клуби несуть повну відповідальність за будь-які матеріали (фотографії, відео, публікації, новини та коментарі), розміщені в Акаунтах Клубу в соціальних мережах.

21. Клуби повинні використовувати соціальні мережі з метою формування позитивного інформаційного поля навколо Клубу, змагань Ліги та волейболу як виду спорту загалом, а також створення у вболівальників позитивних емоцій.

22. Клубам забороняється використовувати в соціальних мережах вирази, зображення та відео, які ображають, підривають або ставлять під сумнів честь, гідність, професійні та особисті якості суддів, інших Клубів та їхніх гравців/представників/вболівальників, а також ПВЛУ та її офіційних осіб.

23. Не частіше ніж раз на два тижні за вимогою пресслужби ПВЛУ розмішувати інформацію рекламного характеру про титульного спонсора ПВЛУ (за умови надання матеріалів для розміщення) відповідно до Угоди про прозподіл рекламного простору

24. Клуб зобов'язаний публікувати не менше ніж 1 оригінальний пост на день із розміщенням в Акаунтах Instagram, Facebook, а також не менше одного відеопосту раз на тиждень у соціальній мережі TikTok, починаючи за 5 днів до початку Ліги.

25. В день проведення гри SMM-менеджер має опублікувати не менше 5 постів у кожній соціальній мережі. Обов'язковим для публікації в день матчу в кожній соціальній мережі є контент на такі теми: пост-анонс у день гри, рахунок після кожної

партії, фінальний звіт про матч, коментарі учасників гри, пресконференція. Публікації повинні супроводжуватись медіафайлом (фотографії, відео, gif-анімації). Фінальний звіт та фоторепортаж повинні розміщуватись у соціальних мережах у день проведення гри або вранці наступного дня (не пізніше 8:00 год.).

26. Раз на місяць Клуби повинні надавати пресслужби ПВЛУ на адресу: [press@pvlu.org](mailto:press@pvlu.org) статистику відвідувань з усіх офіційних Акаунтів, а саме:

- а) загальна кількість користувачів, що відвідували Акаунти Клубу;
- б) демографічний розподіл користувачів, що відвідували Акаунти Клубу;
- в) віковий розподіл користувачів, що відвідували Акаунти Клубу;
- г) загальне охоплення для Акаунтів Facebook та Instagram.

27. Кожен клуб має мати свій клубний Сайт, на якому обов'язково мають бути наступні розділи (мінімум):

- а) склад команд і тренерів (актуальний)
- б) історія клубу
- в) розклад Ліги (мінімум на 1 місяць вперед)
- г) фото/відео галерея
- д) новини
- е) контакти
- є) посилання на соц.мережі

## **ГЛАВА 5 Права на медіаконтент ПВЛУ та його розповсюдження**

28. Всі виключні права на весь медіаконтент отриманий у будь-який технічний спосіб на спортивних заходах, які проводяться під егідою ПВЛУ належать ПВЛУ.

29. Здійснення трансляції всіх матчів ПВЛУ здійснюється за рахунок ПВЛУ, з виконанням усіх вимог до телевізійних трансляцій прийнятих ПВЛУ, та тільки акредитованими ПВЛУ продакшн компаніями.

30. Розповсюдженням будь-яких прав на медіаконтент займається виключно ПВЛУ

31. Права та обов'язки ПВЛУ з медіаконтенту

31.1. Розповсюдження прав на медіаконтент

31.2. Пошук та залучення спонсорів за рахунок продажу прав на медіаконтент.

31.3. Розробка та укладання Договорів з Ліцензіатами на використання як Виключних так і Невиключних прав на весь медіаконтент та/або окремі його частини.

31.4. Розробка вимог до трансляцій та постійне їх оновлення з урахуванням усіх вимог та нововведень CEV і FIVB

- 31.5. Слідкувати за виконанням акредитованими продакшн компаніями усіх технічних вимог до онлайн трансляцій ПВЛУ
- 31.6. Створення єдиного хабу формування та розповсюдження контенту, доставку сигналу до Ліцензіату та/або кінцевого користувача.
- 31.7. Сприяти Ліцензіатам використовувати свої права.
- 31.8. Під час розповсюдження медіаконтенту окрім фінансової користі у тому числі керуватися вимогами щодо популяризації волейбола в Україні.

## 32. Обов'язки Клубу з медіаконтенту

- 32.1. Забезпечити доступ продакшн компаніям акредитованим ПВЛУ, доступ на спортивну споруду за 24 години до початку матчу
- 32.2. Сприяти в організації проведення трансляції.
- 32.3. Мати в штатній структурі клубу, або поза нею, за домовленістю, особу яка відповідає за технічне оснащення залу та компетентна оперативно вирішувати питання, які можуть виникати під час підготовки та проведення трансляції.
- 32.4. Забезпечити продакшн компанії акредитовані ПВЛУ, за власний кошт, основним та резервними каналами інтернет зв'язку швидкістю не менше ніж 50 мбит/с.
- 32.5. Підготувати, за власний кошт, згідно вимог ПВЛУ до трансляцій, місця під розташування камер, та електричне підключення.
- 32.6. Забезпечувати вільний доступ співробітників акредитованих продакшн компаній до їх робочих місць, коментаторських позицій (кабін), технічних приміщень, а також доступу до інших приміщень спортивної споруди, необхідних для їх роботи.
- 32.7. Не допускати випадків набуття у будь який технічний спосіб медіаконтенту особам, що не мають відповідну акредитацію.
- 32.8. Забезпечувати під час проведення будь-якого «домашнього» матчу дотримання представниками ЗМІ умов їх індивідуальної акредитації.
- 32.9. Забезпечити післяматчеві коментарі головного тренера та мінімум двох гравців від команди, як клубу господаря так і клубу гостя.
- 32.10. Забезпечувати участь спортсменів та тренерів команд Клубу у фото- та відеозйомках та інших заходах, що організуються ПВЛУ або на вимогу ПВЛУ.
- 32.11. Підготувати зал до проведення телевізійних трансляцій згідно вимог ПВЛУ.
- 32.12. Не порушувати зобов'язання ПВЛУ перед Ліцензіатами щодо розповсюдження медіаконтенту ПВЛУ
- 32.13. Кожен клуб не пізніше ніж за тиждень до початку першого матчу повинен провести фотосесію з гравцями команди, а також головним тренером згідно вимог описаних в Главі 6 “Предсезонні фотосесія ПВЛУ”

**АКРЕДИТАЦІЯ** — Документ, що підтверджує, що суб'єкт який її отримує ознайомлений і погоджується з правилами та вимогами, щодо створення медіаконтенту

під час проведення спортивних заходів ПВЛУ, та його розповсюдження та надає право доступу до певних зон спортивної споруди.

**Спортивний захід** — Волейбольний матч, що проводитиметься під егідою ПВЛУ та або інший масовий захід який проводить ПВЛУ у спортивній споруді під час проведення матчів та/або до його початку чи після нього .

**ТРАНСЛЯЦІЯ** — початкова передача відео та/або аудіосигналу заходів, здійснювана у кодованому або відкритому вигляді, створеної за допомогою будь-яких технічних засобів та платформ для приймання глядачами/слухачами, в режимі реального часу (прямого ефірі), із затримкою та/(або) у записі, якщо цей запис демонструється уперше.

## **ГЛАВА 6. Вимоги до передсезонної фотосесії**

33. Кожен клуб не пізніше ніж за тиждень до початку першого матчу повинен провести фотосесію з гравцями команди, а також головним тренером, і надіслати фотографії до ПВЛУ згідно інструкції з передсезонної фотосесії на пошту [press@pvlu.org](mailto:press@pvlu.org).

34. Фотографії формату .jpeg, мінімум 3000 пікселів по вузькій стороні Фотографія повинна здійснюватися на повний зріст гравця у двох комплектах форм для змагань «СУПЕРЛІГА-БУДІНВЕСТ» на світлому фоні з професійним світлом.

35. Екіпірування гравців і тренера має бути випрасовано, футболка заправлена в шорти і натягнута вниз, щоб уникнути складок

36. Гравці та головний тренер повинні дивитися в об'єктив камери та бути зняті у наступних ракурсах:

а) Анфас (положення рук: на грудях, на поясі, вздовж корпусу, а також кілька фотографій із м'ячем)

б) Півобороту вліво (положення рук: на грудях, на поясі, вздовж корпусу, а також кілька фотографій з м'ячем)

в) Півобороту вправо (положення рук: на грудях, на поясі, вздовж корпусу, а також кілька фотографій з м'ячем).

Докладніше технічне завдання до фотосесії буде надіслано клубам на офіційні поштові адреси. У листах будуть прикладені приклади фотографій, а також технічні вимоги до камер та світлового обладнання.

37. Посилання на інструкцію щодо передсезонної фотосесії.