



ПРАВИЛА **IBU** ПО РЕКЛАМЕ

А. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

А.1. Правовое основание

Правовым основанием Правил IBU по рекламе является Статья 4 Приложения А Правил мероприятий и соревнований IBU. Основой для их применения являются постановления Исполнительного Комитета IBU.

А.2. Временные рамки действия правил

Стандарты для печатных материалов, веб-сайтов, логотипов/эмблем, фирменных знаков и названий необходимо учитывать уже на этапе оповещения/уведомления о проведении соответствующего мероприятия IBU. Все остальные правила вступают в силу не позднее первой официальной тренировки и действуют до церемонии награждения по завершении последнего соревнования, причем в отдельных случаях - включая и церемонию закрытия.

А.3. Территориальные рамки действия правил

Правила IBU по рекламе действуют на всем пространстве зоны спортивных сооружений для соревнований (стадиона и трассы в особенности), включая воздушное пространство над ними, а также относящиеся к ним подсобные здания и здания СМИ, если в дальнейшем не оговаривается иное.

А.4. Защита фирменных знаков

IBU является владельцем следующих фирменных знаков (помимо прочих):

- IBU
- IBU International Biathlon Union
- biathlonworld

Использование данных фирменных знаков разрешено только в соответствии с данными Правилами рекламы или иными письменными соглашениями.



IBU INTERNATIONAL BIATHLON UNION

biathlonworld

А.5 Логотип спонсоров

Образец для логотипа спонсора конкретизирует расположение используемых для размещения рекламы площадей. Как правило, на одной рекламной площади могут располагаться логотипы двух и более спонсоров, если соблюдены прочие соответствующие предписания. Отклонения от данного общего правила могут оговариваться особыми положениями данных правил.

Примеры:

«Vuarnet при поддержке Карра» – слоган, не отвечающий требованиям данных правил

«Vuarnet/ Карра» – отвечает требованиям правил

В. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЙ И ОБЩИЕ СПЕЦИФИКАЦИИ

В.1. Исключительные права и рекламные площади

Спонсоры могут иметь исключительные права в отдельных категориях в соответствии с нижеследующими положениями. Информацию о категориях, на которые распространяются исключительные права спонсоров IBU, можно получить в штаб-квартире IBU. Исключительные права не распространяются на рекламные площади или рекламные средства согласно предписаниям п.п. G3-17.

В.2. Контрактный партнер IBU

Под «контрактными партнерами IBU» следует понимать Infront Austria GmbH (партнер по рекламе) и EBU (партнер по телевещанию/ хостинговая вещательная компания).

В.3. Партнер IBU в сфере услуг по хронометражу и/или обработке данных

Понятие „Партнер IBU в сфере услуг по хронометражу и/или обработке данных “ подразумевает фирмы, которые могут предоставлять продукты и/или услуги в области хронометража и/или обработки данных в рамках мероприятий IBU. Только данные фирмы - при наличии разрешения - могут использовать в коммерческих целях телевизионную вставку (TV Insert), предусмотренную для соответствующей рекламы.

В.4. Партнеры-поставщики IBU

„Партнерами-поставщиками IBU“ являются фирмы, которые согласно заключенному с IBU контракту обязуются безвозмездно предоставлять за сезон членам IBU (например, спортсменам, командам или организаторам) или непосредственно IBU товары и/или услуги в определенном размере. В зависимости от размера оказанной поддержки партнеры-поставщики делятся на категории «золотой», «серебряный» и «бронзовый» партнер-поставщик IBU.

В.5. Фирменный шрифт производителя

Под термином „производитель“ (изготовитель) следует понимать фирмы, имеющие настолько большую долю в производстве используемой на соревнованиях IBU по биатлону продукции, что они могут рассматриваться в качестве производителей соответствующего продукта в соответствии с Правилами определения страны происхождения товара для Европейской экономической зоны.

В.6. Партнер в сфере услуг

Под термином „партнер в сфере услуг“ следует понимать фирмы, которые на контрактной основе оказывают централизованные услуги IBU, национальным федерациям и Организационным комитетам (например, SIWIDATA).

В.7. Коммерческий товарный знак

Под «коммерческим товарным знаком» следует понимать товарные знаки в виде графического изображения и/или словесно-графические товарные знаки (надписи, логотипы или комбинации надписей и логотипов) официально зарегистрированных фирм, которые, в стремлении поддержать развитие биатлона, оказывают IBU финансовую помощь в крупных размерах, которая направлена на реализацию конституционных целей Союза. В качестве ответной услуги они получают возможность реализовывать свои маркетинговые стратегии.

В.8. Сервисный персонал

Под «сервисным персоналом» следует понимать обслуживающий и сервисный персонал команд, а также сервисные фирмы.

В.9 Место проведения соревнования

В качестве „места проведения соревнования“ могут указываться: название места проведения соревнования, административный и/или туристический регион, в котором расположено данное место, или государство, к которому оно относится, в виде фирменного шрифта с логотипом или графического символа.

В печатных материалах допустимо указание всех трех названий. На стартовых и финишных стойках, а также в других зонах, предусмотренных Правилами рекламы IBU, могут быть одновременно указаны только два из них.

С. КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ IBU

Перед проведением мероприятий IBU и его партнер по рекламе обязаны своевременно обеспечить наличие макетов для средств рекламы, а непосредственно перед началом соответствующего мероприятия IBU организовать контроль рекламных зон и средств рекламы.

Ответственные представители IBU на месте проведения мероприятия обязаны позаботиться о том, чтобы недопустимые рекламные средства или акции были устранены/прерваны до начала мероприятия и не были вновь размещены/возобновлены во время мероприятия. Свои действия они должны по возможности согласовывать с хостинговой вещательной компанией (EBC) и/или партнером по рекламе (Infront). В случае разногласий IBU принимает решение по справедливому усмотрению и с учетом данных Правил по рекламе и их толкования.

D. ОФИЦИАЛЬНОЕ НАЗВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ. ТИТУЛЬНЫЙ И ПРЕДСТАВЛЯЮЩИЙ СПОНСОРЫ

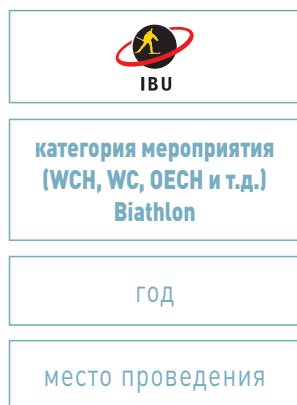
D.1. Основные положения ●■▲◆

Для оформления названий Чемпионатов мира и этапов Кубка мира IBU и соответствующих печатных материалов организаторам данных мероприятий предоставляются макеты. Запрос на их получение необходимо сделать в штаб-квартиру IBU.

Название мероприятия и места его проведения должно быть написано латинскими буквами на английском языке. Название любого мероприятия IBU оформляется по следующему принципу:

IBU + категория мероприятия (WCH, WC, OECN и т.д.)

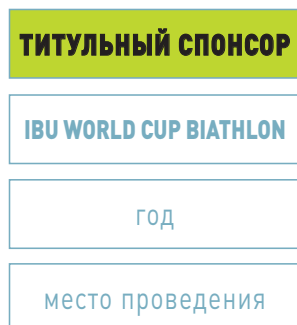
Biathlon + год + место проведения



D. 2. Титульные спонсоры IBU World Cups Biathlon ●■▲◆

В название IBU Weltcups Biathlon может быть включено название (и/или логотип) спонсора IBU (титульный спонсор). В этом случае название (и/или логотип) спонсора интегрируется в официальное название Кубка мира следующим образом:

Титульный спонсор + IBU World Cup Biathlon + год + место проведения



В рамках всех остальных официальных соревнований IBU (Чемпионатов мира по зимнему и летнему биатлону IBU,

Чемпионатов мира среди юношей и juniоров IBU и Открытого Чемпионата Европы IBU) использование названия титульного спонсора не допускается.

D.3. Представляющие спонсоры ●■▲◆

Использование названия (и/или логотипа) спонсора в качестве представляющего спонсора разрешено на всех мероприятиях IBU в следующей форме:

IBU + категория мероприятия (WCH, WC, OECN и т.д.)

Biathlon + год + место проведения+presented by «представляющий спонсор»



D.4. Использование названий соревнований, фирменных знаков и логотипов ●■▲◆

Использование названий соревнований, фирменных знаков, логотипов, эмблем IBU и его контрактных партнеров, спонсоров или иных партнеров по проведению соревнований разрешено только в соответствии с предписаниями данных Правил по рекламе. Их иное использование или выдача сублицензий без предварительного письменного согласия соответствующих правообладателей не допускается.

Каждый титульный спонсор IBU и каждый представляющий спонсор IBU имеет право называть себя спонсором соответствующего мероприятия IBU в рамках своей работы с общественностью и использовать при этом соответствующий логотип IBU (логотип Чемпионата мира и/или Кубка мира) с учетом имеющихся договорных ограничений. Логотипы и макеты для печатных материалов партнер IBU по рекламе предоставляет соответствующему Организационному комитету за три месяца до проведения мероприятия.

Е. ВЕБ-САЙТЫ

Е.1. Веб-сайт IBU ●■▲◆

На веб-сайте IBU размещается разработанная IBU панель с указанием спонсоров. На ней представлены логотипы спонсоров и партнеров IBU (партнеров-поставщиков, контрактных партнеров). При разработке панели спонсоров учитывается весь период, начиная с 1 июля текущего и заканчивая 30 июня следующего года.

Е.2. Веб-сайт Организационного комитета ●■▲◆

На официальных веб-сайтах Чемпионатов мира и этапов Кубка мира соответствующий Оргкомитет размещает под рубрикой „Спонсоры“ логотипы спонсоров IBU на время проведения мероприятия (в общей сложности 7 дней на этапах Кубка мира и 14 дней на Чемпионатах мира). Логотипы связываются ссылкой с интернет-презентацией фирм спонсоров. До дальнейших распоряжений прочими правами на рекламу владеют соответствующие Оргкомитеты с учетом исключительных прав спонсоров IBU в отдельных категориях.

F. ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

F.1. Этапы Кубка мира и Чемпионаты мира по зимнему биатлону

В рамках проведения Чемпионатов мира по зимнему биатлону и этапов Кубка мира IBU предоставляет стандартные макеты шапки и нижнего колонтитула для всей печатной продукции. Макеты включают название мероприятия и все логотипы и фирменные знаки IBU и спонсоров соревнований. Данный макет должен использоваться при изготовлении всех печатных материалов, если это возможно с технической точки зрения. **Необходимые отклонения от указанных ниже стандартов необходимо предварительно согласовать с IBU.**

Макет подлежит обязательному использованию при изготовлении следующих печатных материалов:

- Плакаты
- Аккредитация
- Официальная программа соревнований
- Флайеры
- Буклеты с результатами соревнований
- Финишные протоколы
- Извещения/приглашения

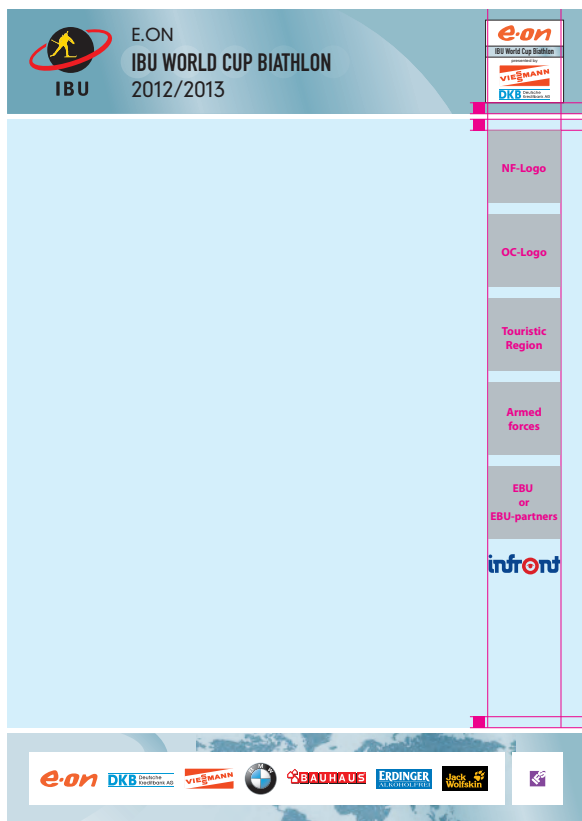
Макет следует по возможности использовать при изготовлении следующих печатных материалов:

- VIP-приглашения
- талоны на парковку
- VIP-ваучеры
- входные билеты
- почтовая бумага

Информацию об иных предписаниях необходимо запрашивать в штаб-квартире IBU до изготовления любых печатных материалов. Эскизы всех печатных материалов необходимо одновременно направить в штаб-квартиру IBU и партнеру IBU по рекламе для получения одобрения минимум за 7 дней до сдачи в печать

F.2. Прочие мероприятия IBU

При изготовлении печатных материалов в рамках прочих мероприятий IBU необходимо учитывать вышеупомянутые предписания по оформлению названия соревнования. Перед названием соревнования в шапке всех печатных материалов необходимо также помещать логотип IBU, который можно скачать на веб-сайте IBU www.biathlonworld.com или запросить в штаб-квартире. Для использования логотипа мероприятия необходимо получить предварительное согласие IBU.



Г. РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДИ НА ОДЕЖДЕ СПОРТСМЕНОВ, ПЕРСОНАЛА КОМАНД, СЕРВИСНОГО ПЕРСОНАЛА И ФОТОГРАФОВ

G.1. Основные положения ●■▲◆

Размером коммерческого товарного знака (названия, фирменного шрифта или логотипа) является площадь поверхности внутри линии, следующей за фактическим контуром интегрированного символа. Если товарный знак размещен на поверхности, отличающейся по цвету, то размером товарного знака считается вся отличающаяся по цвету площадь. Размер символа на предметах одежды измеряется при их разложении на ровной поверхности (например, на столе).

Продажа рекламных площадей на одежде спортсменов, за исключением рекламных площадей на стартовых номерах (в том числе номерах на бедре и тренировочных номерах) и с учетом иных ограничений, описанных в данных Правилах рекламы, осуществляется по усмотрению соответствующих Национальных федераций.

Г.2. Стартовые номера, номера на бедре, тренировочные номера на ЧМ и КМ

Размеры стартовых номеров указаны в Приложении А к Правилам мероприятий и соревнований IBU. Стандартом являются черные цифры на белом фоне, соответствующие указанным на рисунке размерам. По запросу в IBU могут быть сделаны исключения из данного правила, при условии, что это не ведет к ухудшению видимости стартовых номеров.

Размеры стартовых номеров указаны в Приложении А к Правилам мероприятий и соревнований IBU. На всех соревнованиях допустимо указание места их проведения на всех стартовых номерах (при желании с использованием символа Организационного комитета) под цифрой стартового номера (причем размер шрифта не должен превышать 6 см), а также на правой бретельке стартового номера. В любом случае, изменение дизайна, включая цвет номера, не должно мешать безошибочной идентификации стартового номера, в особенности телевизионными камерами. Для внесения изменений, в том числе относительно цвета, необходимо предварительно получить письменное разрешение штаб-квартиры IBU.

G.2.a. Стартовые номера (не для лидеров Кубка мира)

Высота фронтальных стартовых номеров должна составлять минимум 10 см, боковых - 6 см, - в соответствии с вышеуказанными правилами. Номера на спине должны быть оформлены так же, как и нагрудные, однако элементы следует располагать „зеркально“. Размеры и площади указаны на рисунке.

На всех соревнованиях на левых бретельках всех стартовых номеров должно быть размещено название титульного спонсора IBU и/или одного или обоих представляющих спонсоров IBU общей площадью 50 см². На правой и левой стороне всех стартовых номеров на всех соревнованиях должно быть размещено название титульного спонсора IBU и/или одного или обоих представляющих спонсоров IBU размером по 50 см². Над цифрой стартового номера (ниже обоих лямок) на всех соревнованиях разрешается указывать название спонсора на планке высотой 10 см и с максимальной высотой букв 8 см.

На нижней кромке всех стартовых номеров на всех соревнованиях разрешается указывать название спонсора на планке максимальной высотой 8 см и с максимальной высотой букв 6 см (см. рисунок).

Полная заливка стартовых номеров в цвет спонсора не предусматривается. Она возможна только в исключительных случаях с предварительного согласия IBU и при условии, что это не влияет на распознаваемость стартовых номеров со спортивно-технической точки зрения. Полная заливка в любых оттенках желтого и красного цвета принципиально исключена. Указанные размеры шрифта остаются неизменными в любом случае.



Г. РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДИ НА ОДЕЖДЕ СПОРТСМЕНОВ, ПЕРСОНАЛА КОМАНД, СЕРВИСНОГО ПЕРСОНАЛА И ФОТОГРАФОВ

Г.2.в. Стартовые номера лидеров Кубка мира в отдельных дисциплинах и в общем зачете ■ ▲ ◆

Для лидеров КМ в общем зачете (**желтые стартовые номера**): на всех соревнованиях на стартовых номерах лидеров КМ в общем зачете (желтые стартовые номера) допускается указание титульного спонсора IBU сверху, слева и справа, либо указание титульного спонсора IBU и/или одного или обоих представляющих спонсоров IBU внизу. Логотип IBU должен быть размещен рядом с цифрой стартового номера.

Для лидеров КМ в отдельных дисциплинах (**красные стартовые номера**): на соответствующих соревнованиях на стартовых номерах лидеров КМ в отдельных дисциплинах (красные стартовые номера) допускается указание титульного спонсора IBU сверху, слева и справа, либо указание титульного спонсора IBU и/или одного из представляющих спонсоров IBU внизу. Логотип IBU должен быть размещен рядом с цифрой стартового номера.

Для лидеров КМ в общем зачете (**желто-красные стартовые номера**): на стартовых номерах лидеров КМ в общем зачете, одновременно являющихся лидерами в соответствующей дисциплине (желто-красные стартовые номера), допускается указание титульного спонсора IBU сверху,

слева и справа, либо указание титульного спонсора IBU и/или одного или обоих представляющих спонсоров IBU внизу. Логотип IBU должен быть размещен рядом с цифрой стартового номера.

На стартовых номерах лидеров КМ в общем зачете и лидеров в отдельных дисциплинах разрешается указание места проведения соревнования в виде письменного логотипа на правой лямке.

Г.2.с. Номера на бедре ■

На всех соревнованиях IBU размер номеров на бедре должен составлять 84 см², причем высота номера на ноге должна составлять 12 см, а толщина цифр – 2 см (см. Приложение А к Правилам мероприятий и соревнований IBU). Заливка фона в цвет логотипа спонсора допустима при условии, что существует достаточный контраст между цифрой и фоном. Номера должны быть изготовлены из погодостойчивого и – в случае использования на лыжных костюмах – самоклеющегося материала.



Г. РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДИ НА ОДЕЖДЕ СПОРТСМЕНОВ, ПЕРСОНАЛА КОМАНД, СЕРВИСНОГО ПЕРСОНАЛА И ФОТОГРАФОВ

Г.2.d. Тренировочные номера для спортсменов ■

Цвета и дизайн тренировочных номеров устанавливаются IBU ежегодно в соответствии с Приложением А Правил мероприятий и соревнований IBU.

Рисунок:

- Номер: высота шрифта 5 см
- Полоса для спонсоров: максимальная высота 9 см, высота шрифта - 7 см
- Название: минимальная высота шрифта 9 см
- Сезон: высота шрифта 5 см
- Название мероприятия (высота 4 см) на кайме



Г.2.e. Майки для персонала команд, сервисного персонала и фотографов ■

Цвета и дизайн маек для персонала и фотографов устанавливаются IBU и согласовываются с партнером по рекламе. При этом необходимо обеспечить четкие отличия в зависимости от профессиональной принадлежности (см. ст. 5.1.2 Приложения А Правил мероприятий и соревнований IBU).

Рисунок:

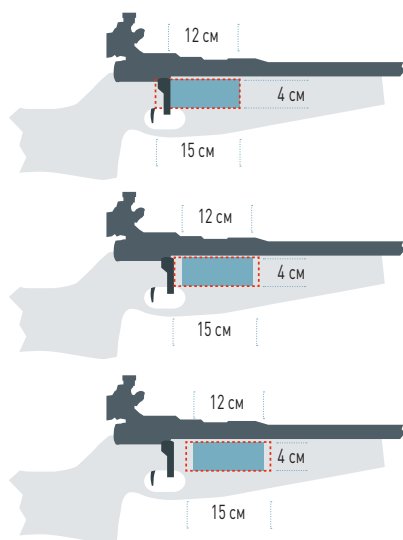
- Номер: высота шрифта 6 см
- Полоса для спонсоров: максимальная высота 13 см, высота шрифта - 10 см
- Название: минимальная высота шрифта 10 см
- Сезон: высота шрифта 6 см
- Название мероприятия (высота 4 см) на кайме



Г. РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДИ НА ОДЕЖДЕ СПОРТСМЕНОВ, ПЕРСОНАЛА КОМАНД, СЕРВИСНОГО ПЕРСОНАЛА И ФОТОГРАФОВ

Г.3. Рекламные площади на винтовке ■ ▲

На ложе винтовок всех спортсменов с обеих сторон должна находиться контрольная этикетка IBU (название/логотип спонсора IBU) размером 12 x 4 см соответственно. Данная контрольная этикетка должна располагаться на ровной поверхности размером 15 x 4 см таким образом, чтобы она нигде не была перекрыта или обрезана. Вокруг контрольной этикетки необходимо оставить расстояние шириной в 1 см, свободное от надписей, наклеек и других логотипов.



Кроме того, разрешается помещать максимум 3 (три) логотипа или товарных знака (в виде графического изображения, словесно-графического изображения или надписи) спонсоров Национальных федераций, причем они должны четко отличаться по цвету от фона. Их максимальные размеры не должны превышать 2 x 50 см² (2 логотипа) и 1 x 25 см² (1 логотип). Дизайн и графическое оформление винтовок не должны никоим образом отображать или имитировать логотипы или надписи спонсоров и производителей или их продукцию. Исключения для стрелков-левшей необходимо предварительно согласовать с IBU. Наименование производителя может находиться на дульной части ружейного ствола и иметь размеры 1 x 6 см.

Свободное размещение: 2 x 50 см² + 1 x 25 см²

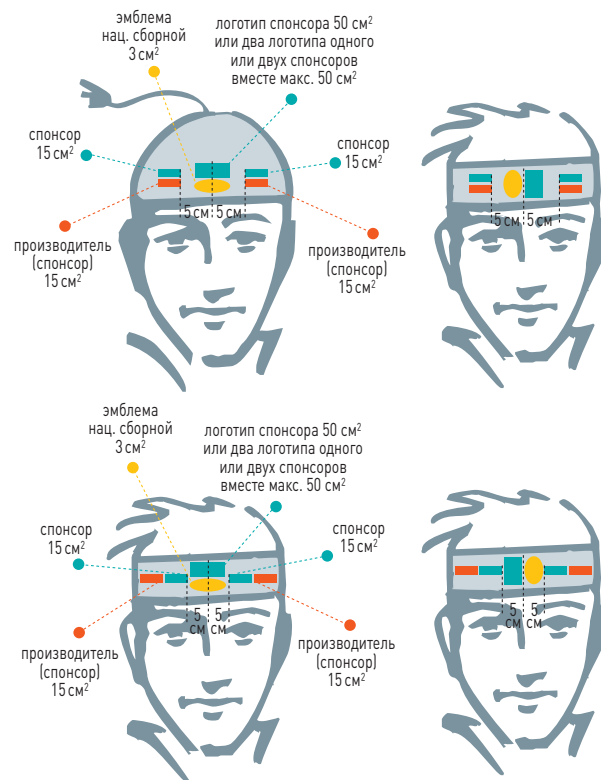


Наименование производителя может находиться на дульной части ружейного ствола и иметь размеры 1 x 6 см.

Любые дополнительные надстройки, в которых нет необходимости с точки зрения спортивно-технических критериев для надлежащего функционирования оружия, не разрешаются.

Г.4. Шапка, повязка на лоб, шлем ▲

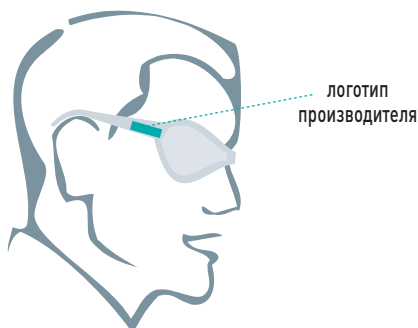
На фронтальной части шапки, повязки или шлема спортсменов допускается размещать один или два логотипа общей площадью 50 см². По бокам могут находиться два фирменных логотипа или товарных знака – одного производителя и одного спонсора Национальной федерации или же двух спонсоров Национальной федерации, – причем размер каждого из этих символов не должен превышать 15 см², а на каждой из боковых сторон шапки может быть размещен только один логотип. Конкретное место их вертикального расположения (для повязок – горизонтального) определяет Национальная федерация. При этом на фронтальной стороне шапки, повязки или шлема необходимо обязательно поместить эмблему национальной сборной, национальный флаг или название соответствующей федерации. Минимальное расстояние между рекламными площадями и эмблемой национальной сборной/национальным флагом/названием страны должно составлять как минимум 5 см, измеряя от центра символа.



Г. РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДИ НА ОДЕЖДЕ СПОРТСМЕНОВ, ПЕРСОНАЛА КОМАНД, СЕРВИСНОГО ПЕРСОНАЛА И ФОТОГРАФОВ

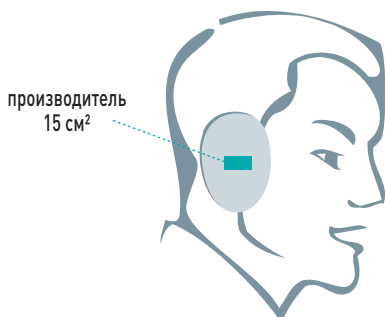
Г.5. Очки, оправка и ремешки для очков ▲

Очки, оправка и завязки для очков должны соответствовать по размерам доступным в продаже моделям. Максимальная ширина ремешков может составлять 4 см. На очках, стеклах и ремешках может быть размещен только коммерческий товарный знак производителя, причем в виде, принятом для доступных в продаже моделей. В случае двойных ремешков размещение коммерческого товарного знака разрешено только на одном из них.



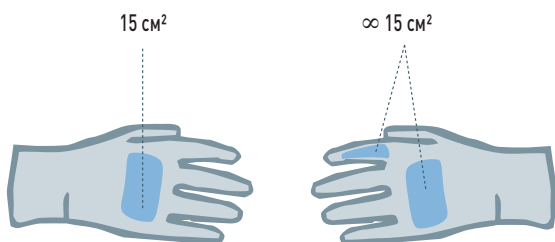
Г.6. Наушники ▲

На наушниках может располагаться только один коммерческий товарный знак или логотип производителя, причем его максимальная площадь на каждой стороне может составлять 15 см².



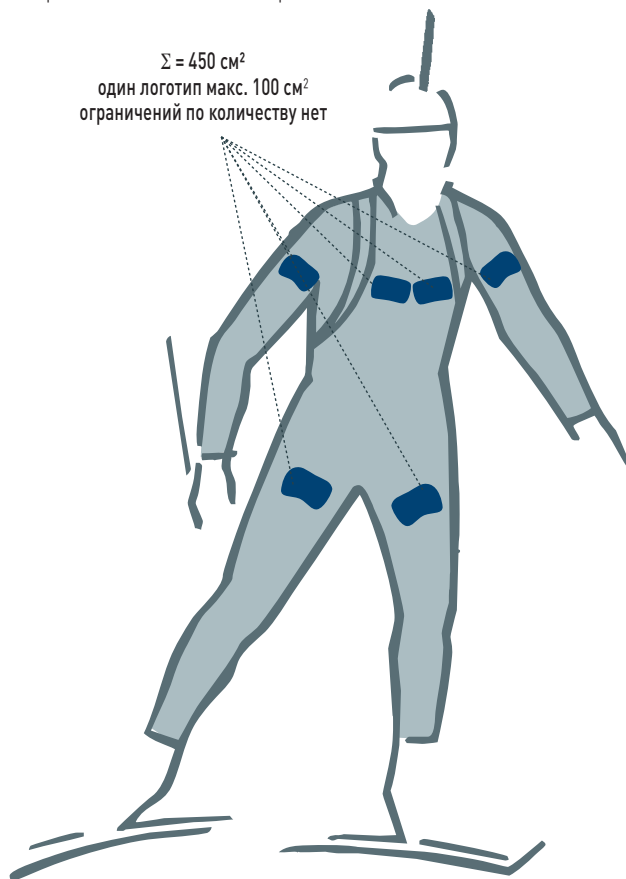
Г.7. Перчатки ▲

На каждой перчатке (справа/слева) может располагаться только один коммерческий товарный знак или логотип производителя максимальной площадью 15 см². При этом данную площадь разрешается делить на две части. sein.



Г.8. Костюм для гонки, утепленный костюм и верхняя одежда, шарф-труба/спортивный нашейный платок ▲

На костюме для гонки, утепленном костюме и верхней одежде разрешено размещение коммерческих товарных знаков или логотипов производителя, спонсора, а также официального символа/эмблемы (например, армии, таможенной службы, полиции). Общая площадь всех товарных знаков/логотипов/символов на костюме для гонки, утепленном костюме и верхней одежде не должна превышать 450 см². На Чемпионате мира по летнему биатлону это ограничение распространяется на все предметы одежды вместе (включая носки, чулки). Размещение рекламы на коже запрещено. Названия и эмблемы национальных федераций, равно как и название страны либо флаг страны спортсмена не считаются рекламой.



Общий размер каждого отдельного участка рекламной площади не должен превышать 100 см². Символы одного и того же спонсора, равно как и несколько символов работодателя или производителя, не разрешено располагать друг над другом или рядом. В случае если поверх костюма для гонки, утепленного костюма и верхней одежды надеваются дополнительные предметы одежды (например, гамаши),

Г. РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДИ НА ОДЕЖДЕ СПОРТСМЕНОВ, ПЕРСОНАЛА КОМАНД, СЕРВИСНОГО ПЕРСОНАЛА И ФОТОГРАФОВ

размещение каких-либо символов на последних запрещено. Дизайн и графическое оформление костюма для гонки, утепленного костюма и верхней одежды не должны никоим образом отображать или имитировать логотипы или надписи спонсоров и производителей или их продукцию. Размещение рекламных площадей произвольное.

Обычное сплошное использование символа производителя на одежде без повторения его логотипа допустимо: на костюме для гонки, утепленном костюме и верхней одежде по внешнему шву каждого рукава (от воротника до конца рукава), а также на внешнем шве верхней части одежды и обеих штанин (начиная от области подмышек и до нижней каймы штанов). В случае если костюм для гонки, утепленный костюм и верхняя одежда состоят из двух частей (верхней части и штанов), вышеупомянутое правило сохраняет свою силу и применяется соответственно. Ширина символа не должна превышать 10 см.

На шарфе-трубе/спортивном нашейном платке может располагаться только один коммерческий товарный знак или логотип производителя максимальной площадью 15 см². Допускается использование только одного шарфа/платка.

Г.9. Лыжи, крепления, палки и другие предметы инвентаря ▲

Допускаются только товарные знаки производителя, причем их размер и дизайн должны соответствовать рыночным стандартам данного производителя.

Г.10. Плечевые ремни винтовки ▲

На обоих плечевых ремнях винтовки разрешается размещать по одному коммерческому товарному знаку производителя и/или спонсора, причем максимальная площадь каждого символа на внутренней и наружной стороне может составлять 30 см², то есть их общая площадь, таким образом, не должна превышать 120 см².

На каждом плечевом ремне допускается размещение одного логотипа размером максимум 30 см² (внутри и снаружи). Данная площадь также может быть использована для размещения логотипов двух спонсоров (или производителя и одного спонсора). Логотип производителя может быть размещен под креплением плечевых ремней винтовки и занимать площадь 6 см² (см. рисунок).

Внешняя и внутренняя стороны плечевых ремней винтовки могут отличаться друг от друга, но при этом правый и левый ремни должны быть совершенно одинаковыми.



Г.11. Ремень для стрельбы и петля ▲

На ремне для стрельбы и петле разрешена только реклама производителя размером 30 см² соответственно.



Г. РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДИ НА ОДЕЖДЕ СПОРТСМЕНОВ, ПЕРСОНАЛА КОМАНД, СЕРВИСНОГО ПЕРСОНАЛА И ФОТОГРАФОВ

Г.12. Пояс для бутылки ▲

На пояс для бутылки может быть размещен только 1 (один) коммерческий товарный знак максимальной площадью 50 см².

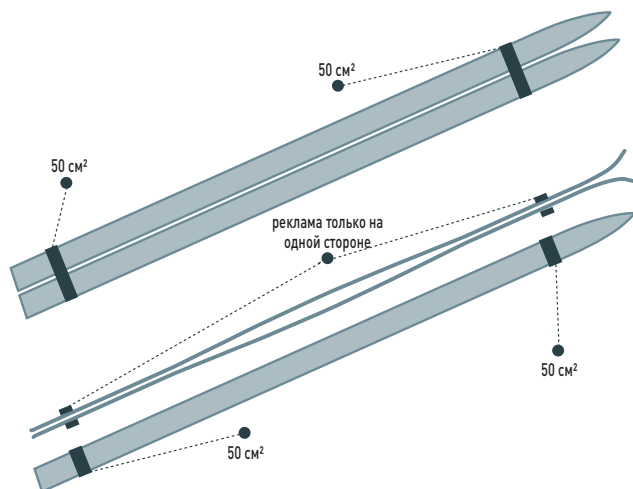
Г.13. Чехол или сумка для винтовки ▲

На чехле или сумке для винтовки разрешается размещать только коммерческий товарный знак производителя чехла/сумки для винтовки общей площадью 50 x 15 см на одном участке.



Г.14. Зажимы для лыж ▲

На максимально двух допустимых зажимах для лыж разрешено помещать в общей сложности два коммерческих товарных знака (письменное обозначение или логотип) производителя лыж, причем на каждом зажиме может быть размещен только один логотип. Зажимы должны выглядеть абсолютно идентично. Общая площадь товарных знаков на каждом зажиме не должна превышать 50 см². Товарные знаки на обоих зажимах для лыж должны просматриваться из одного и того же ракурса.



Г.15. Зажимы для лыжных палок ▲

На максимально двух допустимых зажимах для лыжных палок разрешено помещать в общей сложности два коммерческих товарных знака (письменные обозначения или логотип) производителя лыжных палок. Общая площадь товарных знаков на каждом зажиме для лыжных палок не должна превышать 50 см².

Г.16. Телескопы и штатив ▲

На телескопах разрешено размещение коммерческой рекламы от производителя и/или спонсора на не более чем двух участках на каждой стороне, причем размер каждого участка не должен превышать 50 см².

На штативе и ремне штатива разрешена коммерческая реклама производителя размером 15 см² на каждой ножке (максимально - на 3 ножках) и 30 см² на ремне.



Г.17. Зонты ▲

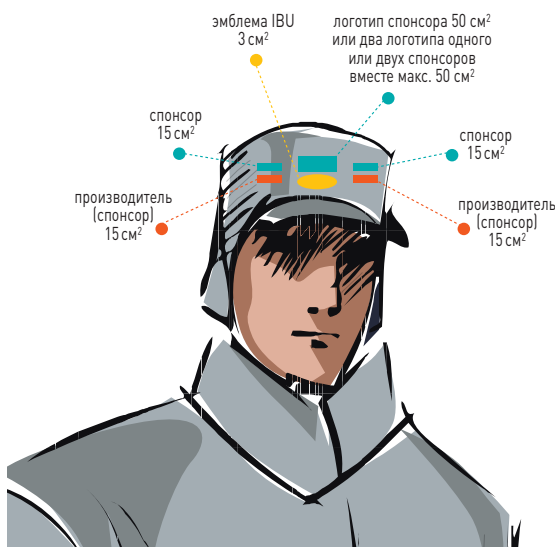
Размещать рекламу на зонтах запрещено.

Н. РЕКЛАМА НА ОДЕЖДЕ ФУНКЦИОНЕРОВ IBU

Официальные головные уборы и куртки функционеров IBU

Реклама спонсоров IBU, партнеров IBU, поставщиков инвентаря IBU, а также производителей разрешена на лобной части официального головного убора общей площадью 50 см² и на двух участках по бокам, причем размер каждого из них не должен превышать 15 см². На лобной части разрешено размещать максимум два товарных знака. На лобной части головного убора под рекламой должен быть размещен логотип IBU высотой 3 см.

На официальных куртках функционеров IBU разрешена реклама спонсоров IBU, партнеров IBU и поставщиков инвентаря IBU общей площадью 450 см². Данная рекламная площадь состоит из нескольких участков, причем размер каждого из них не должен превышать 100 см².



И. РЕКЛАМА НА ОДЕЖДЕ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИ- ЗАЦИОННОГО КОМИТЕТА

Головной убор и куртка сотрудников ОК

Реклама спонсоров и производителя разрешена на лобной части официального головного убора общей площадью 50 см² и на двух участках по бокам, причем размер каждого из них не должен превышать 15 см². На лобной части разрешено размещать максимум два товарных знака.

На шапке/головном уборе вместо спонсора или производителя разрешается указывать место проведения соревнования.

На верхней одежде членов ОК разрешены реклама спонсоров, места проведения соревнования и производителя общей площадью 450 см². Данная рекламная площадь состоит из нескольких участков, причем размер каждого из них не должен превышать 100 см². Кроме того, следует по возможности обратить особое внимание на исключительные права спонсоров IBU.



J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

J.1. Основные предписания для рекламных площадей и использования телевизионных камер

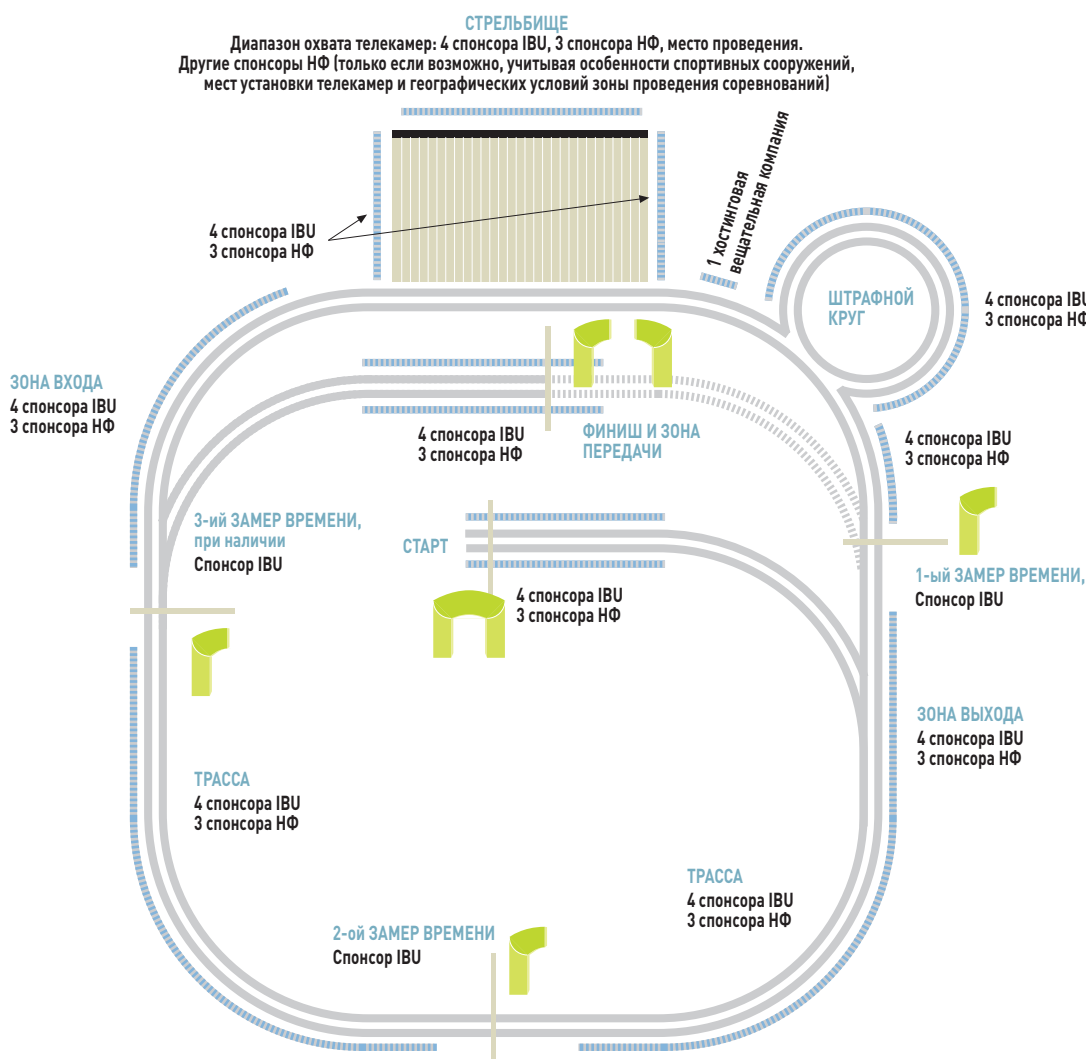
К спортивным сооружениям для проведения соревнований относятся: стадион (в том числе трибуны), вся зона для прохождения трассы и стрельбы, а также все остальные площади, сооружения, конструкции и установки для проведения соревнования.

Спортивные сооружения для проведения соревнований отличаются друг от друга в зависимости от места организации мероприятия. Поэтому предоставить конкретные единые указания по размещению рекламных площадей не представляется возможным. В связи с этим необходимо руководствоваться нижеследующими основными предписаниями, соответственно применяя их с учетом особенностей конкретного спортивного сооружения для проведения соревнований. В связи с различиями в национальных правовых нормах для СМИ и условиях конкретных кон-

трактов, Организационные комитеты должны обязательно согласовывать точное расположение рекламных площадей и телевизионных камер с партнерами IBU по телевидению и рекламе, а также непосредственно самим IBU.

Рекламные площади на щитах/баннерах, флагах и других средствах рекламы не должны превышать 1,20 м в высоту, а максимальный размер шрифта должен составлять 1 м. Длина щитов/баннеров не должна превышать шести метров. На трассе друг за другом могут быть расположены максимум 3 щита/баннера.

В зонах проведения соревнования, представляющих наибольший интерес для телесъемки, партнер IBU по телевидению устанавливает камеры с фиксированной позицией и фиксированным диапазоном охвата. К зонам, представляющим наибольший интерес для телесъемки, относятся: зоны старта, передачи и финиша, наиболее сложные повороты или участки трассы, стрельбища, штрафные круги, табло результатов, зона проведения церемонии награжде-



J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

ния, зона для интервью (основная зона) и др. Съемка на участках проведения соревнований вне основной зоны, в том числе обычных отрезков трассы, осуществляется камерами унилатерального сигнала.

В диапазоне охвата телекамер с фиксированной позицией (в основной зоне) может быть представлено не более 7 спонсоров + партнер по хронометражу, причем независимо от того, являются ли данные спонсоры спонсорами IBU, спонсорами Национальных федераций или ОК и на каком рекламном средстве они представлены (стартовый номер, щит и т.д.).

Вне основной зоны и диапазона охвата телевизионных камер с фиксированной позицией Национальная федерация может размещать рекламу собственных спонсоров и партнеров на щитах общей длиной 150 м. При этом необходимо обратить внимание на то, чтобы не возникало конфликта прав спонсоров на презентацию в зоне телекамер с фиксированной позицией (в основной зоне). Презентация данных рекламных щитов может осуществляться только камерами унилатерального сигнала, при условии что она составляет максимум 20% от всего информационного обзора мероприятия.

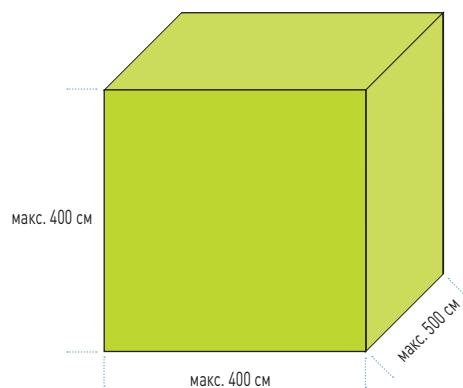
J.2. Видеозкраны ▲◆

(Зона старта/трасса/зона финиша). Допускается показывать максимум двух спонсоров НФ (размеры, расположение и площадь указаны на рисунке).



J.3. Inflatables ■

Максимум 5 различных надувных сооружений (3 для спонсоров IBU, остальные 2 – по решению IBU) размером макс. 5 x 4 x 4 м каждый. Надувные сооружения размещаются по согласованию с партнерами IBU вне основной зоны соревнования и в непосредственной близости к соответствующим щитам, при этом они не должны мешать камере вести съемку происходящих событий.



J.4. V-образные таблички ▲◆

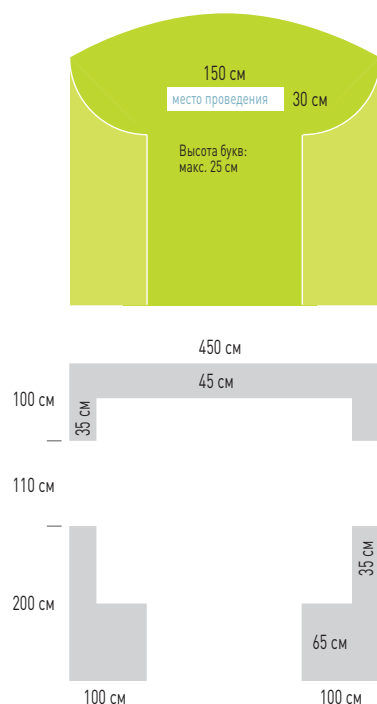
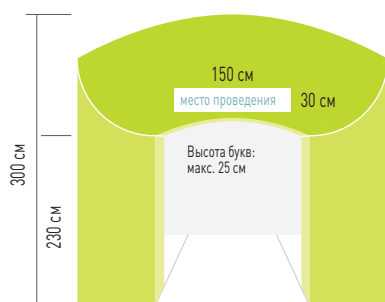
V-образные таблички, число которых определяется потребностью в ограничительных средствах для конкретного соревнования, не должны превышать 20 см в высоту. Они должны быть изготовлены из погодостойчивого материала и иметь цвет, выделяющийся на фоне снега. Максимальная высота букв надписи спонсора – 15 см.



J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

J.5. Зона старта

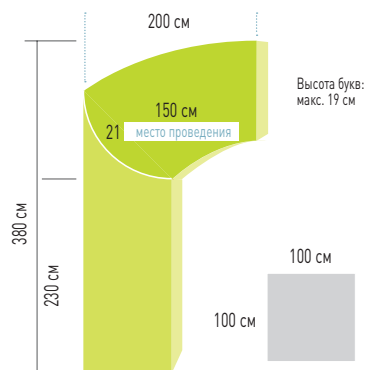
а) Установка на старте для индивидуальной и спринтерской гонки согласно масштабному схематическому изображению (с разрешения IBU форма и дизайн могут быть изменены).



б) Установка на старте для эстафетной гонки и гонки с массовым стартом согласно масштабному схематическому изображению. Стартовый домик демонтируется после старта последнего участника соревнования.



в) Установка на старте для гонки преследования согласно масштабному схематическому изображению. Домик на старте демонтируется после старта последнего участника соревнования.



(Пояснение к обеим стартовым установкам: на стартовых установках разрешается указывать название места и год проведения соревнований. В остальном, на них может быть размещена только реклама спонсоров IBU).

J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

J.6. Щиты/баннеры на старте

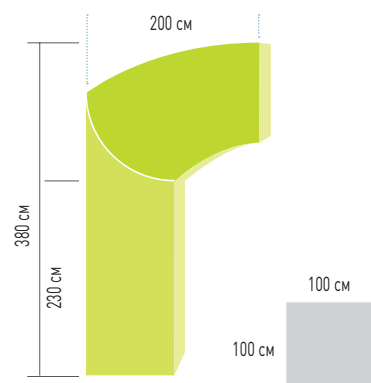
максимум 6 м в длину; максимальная высота шрифта - 100 см.



J.7. Замер промежуточных результатов

Станции 1 - 3 - согласно схеме. Точные позиции согласовываются с партнерами IBU. Форма и иной дизайн могут быть изменены с согласия IBU.

(Пояснение: здесь может располагаться реклама только спонсоров IBU, партнеров IBU, предоставляющих услуги обработки данных и хронометража, и хостинговой вещательной компании).



J.8. Щиты/баннеры на трассе

- см. щиты на старте

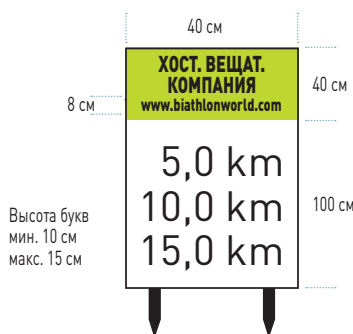
С позиции каждой камеры могут одновременно просматриваться не более 3 щитов/баннеров (18 м) при условии, что всего на трассе установлено не менее 7 камер. В случае если на трассе установлено менее 7 камер, допускается, чтобы с позиции отдельных камер в соответствующем соотношении просматривались щиты/баннеры с рекламой двух и более спонсоров.

Съемка рекламных щитов/баннеров Организационного комитета может осуществляться только камерами унилатерального сигнала в соответствии с предписаниями, указанными в п. J.1.

(Примечание: в случае использования так называемых роллерных щитов и баннеров Исполнительный комитет IBU при необходимости принимает решение о соответствующей адаптации указанных выше размеров/предписаний)

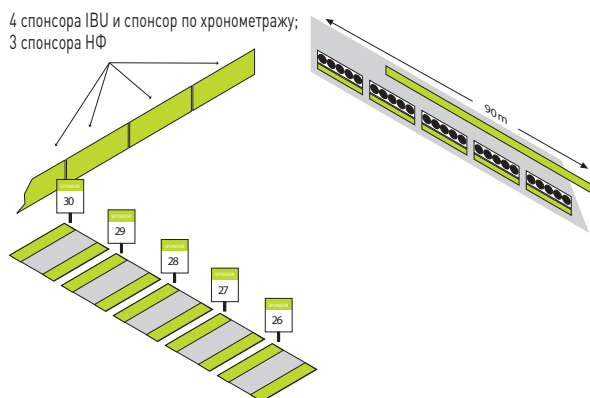
J.9. Таблички с указанием дистанции

(Пояснение: в непосредственной близости к станциям замера промежуточного времени; минимальный размер шрифта - 10 см; таблички с указанием названия хостинговой вещательной компании предоставляются самой компанией и должны содержать адрес интернет-сайта www.biathlonworld.com). Исключения предварительно согласовываются с IBU.



J.10. Стрельбище

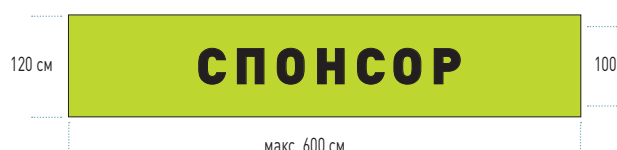
Национальная федерация имеет право использовать рекламные площади на ограждениях стрельбища (боковой оградительной стене) справа и слева и на защитном заграждении над мишенями для размещения рекламы собственных спонсоров и рекламных партнеров. При этом в диапазоне охвата телевизионных камер могут появляться не более восьми спонсоров. Данное предписание действует с учетом технических условий соответствующей установки, позиций камер и конкретных географических особенностей стрельбища. Порядок расположения спонсоров определяет на месте ответственный функционер/сотрудник IBU совместно с партнером по рекламе IBU. Также допустима реклама собственных спонсоров и рекламных партнеров на каждом третьем из 30 имеющихся ограничительных средств (например, Т-образных стойках) между стрелковыми коридорами максимальной площадью 70 см² и с максимальной высотой шрифта 5 см.



J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

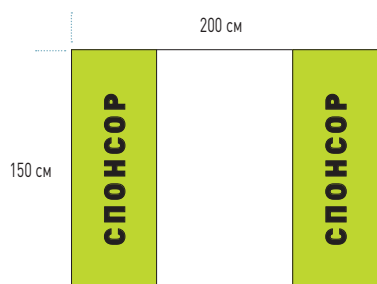
J.11. Ограждения стрельбища

Рекламные щиты/баннеры, расположенные горизонтально справа и слева по отношению к спортсменам. Высота букв: макс. 100 см



J.12. Стрелковые маты

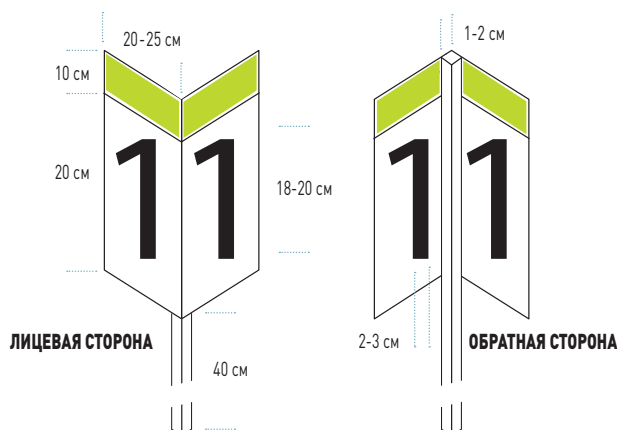
В отношении размеров стрелковых матов см. Ст. 3.4.3.2 Правил мероприятий и соревнований IBU.



J.13. Номера стрелковых коридоров

Согласно Ст. 3.4.5 Правил мероприятий и соревнований IBU, высота номеров стрелковых коридоров должна составлять 18-20 см, ширина цифр – 2-3 см, а сам номер должен находиться на столбике толщиной 1-2 см и на высоте 40 см, если измерять от уровня снежного покрова до нижней части номерной таблички.

(Пояснение: на каждом номере стрелковых коридоров Национальная федерация должна обеспечить наличие пустого пространства размером 20-25 см x 10 см для размещения рекламы партнера IBU по рекламе). Лицевая и обратная стороны номеров должны быть идентичными.



J.14. Реклама под мишенями

Размеры и площади указаны на рисунке.



J.15. Реклама над стрельбищем

Национальная федерация имеет право размещать рекламу собственных спонсоров и рекламных партнеров на защитном ограждении над мишенями, если тому не противоречат условия контракта с партнерами IBU по рекламе и если она не расположена в диапазоне охвата телевизионных камер, причем общая длина рекламы может составлять 90 м, высота 1,20 м, а максимальная высота шрифта – 1 м. Данное предписание действует при условии, что технические возможности соответствующей установки, позиции камер и конкретные географические особенности стрельбища позволяют размещать такие рекламные средства. В любом случае, допустимо размещение названия места проведения соревнований при соблюдении тех же размеров.

J.16. Штрафной круг

Щиты/баннеры на штрафном круге: макс. высота букв – 100 см.



J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

J.17. Платформа для презентации автомобиля

Спонсор IBU в сфере автотранспорта имеет право установить платформу с автомобилем в качестве рекламного размещения продукции («продакт-плейсмента») в зоне стадиона на участке, где такая установка не мешает теле-съемке. Выбор данного участка подлежит согласованию с Организационным комитетом и должен заблаговременно оговариваться с IBU.

Допускается обшивка платформы в соответствии с корпоративным дизайном производителя автомобиля (6 м в ширину, 1-1,20 м в высоту). На автомобиле может находиться рекламная площадь максимальным размером 30 см x 150 см, а максимальная высота шрифта может составлять 25 см.

Основные принципы размещения платформы для презентации автомобиля:

- нельзя размещать установку между камерами и/или трибунами и зоной соревнований
- размещение установки возможно только вне ряда рекламных щитов на стадионе и вдоль трассы



J.18. Зона передачи эстафеты

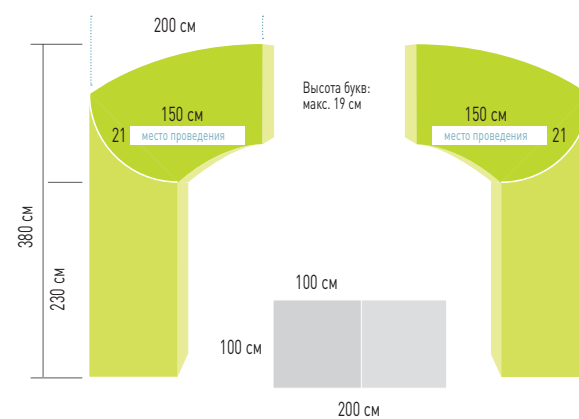
См. зону финиша.

(Пояснение: в соотношении 4 (спонсоры IBU, в случае необходимости включая и партнеров, предоставляющих услуги по обработке данных и хронометражу) к 3 (спонсоры Национальных федераций, соответственно в зависимости от пакетного соглашения по стартовым номерам).

J.19. Установка в зоне финиша

См. схему установки на старте для гонки преследования, эстафеты и гонки с массовым стартом.

(Пояснение: на финишных установках разрешается указывать название места и год проведения соревнований. В остальном разрешена только реклама спонсоров IBU).



J.20. Рекламные щиты/баннеры в зоне финиша

На щитах/баннерах в зоне финиша разрешена только реклама спонсоров IBU. Максимальные размеры щитов/баннеров – 1,20 м в высоту и 4-6 м в ширину. Высота букв: макс. 100 см

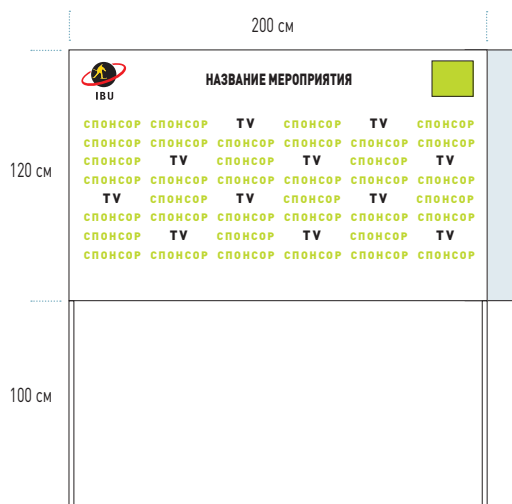


J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

J.21. Щит для интервью в микст-зоне

Щит предоставляется партнером IBU по рекламе.

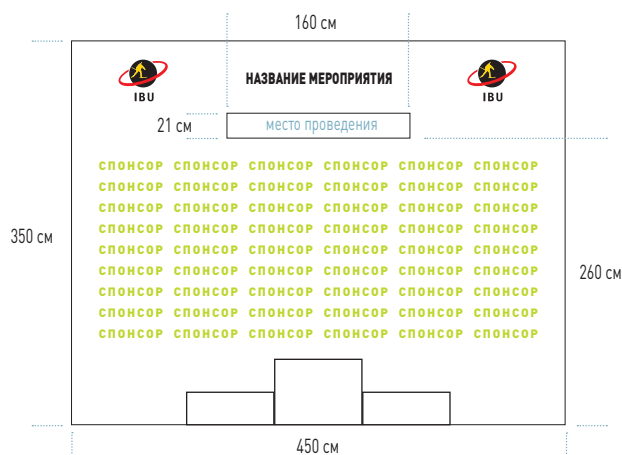
Использование щита для интервью в микст-зоне обязательно для всех телевещательных компаний, проводящих интервью в микст-зоне. Ширина щита для интервью зависит от размеров конкретного участка микст-зоны, предоставленного для телевещания, и определяется ответственными на месте проведения соревнований функционерами IBU и партнерами IBU по рекламе. На щите для интервью партнер по телевещанию может использовать для рекламы отведенные ему площади.



J.22. Зона награждения победителей («цветочной церемонии»)

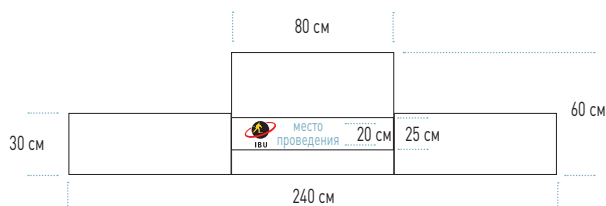
Рекламная стена (за пьедесталом почета)

На рекламной стене за пьедесталом почета разрешается указывать название места и год проведения соревнований на участке 21 см в ширину и 1,60 м в длину, причем высота шрифта должна составлять 19 см. В остальном разрешена только реклама спонсоров IBU.



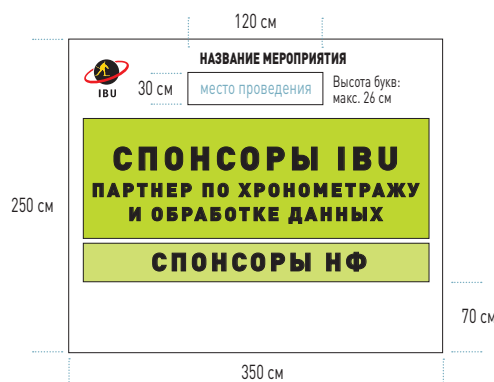
J.23. Пьедестал почета

На пьедестале почета разрешается помещать только название места проведения мероприятия на участке 25 см в высоту и 80 см в ширину, размером шрифта 20 см и при условии наличия логотипа IBU. Пьедестал почета подготавливает Организационный комитет.



J.24. Стена в зале для пресс-конференций

(Пояснение: на стене в зале для пресс-конференций разрешается указывать название места и год проведения соревнований на участке 30 см в ширину и 1,20 м в длину, причем высота шрифта должна составлять 26 см. Кроме того, на ней могут быть размещены логотипы спонсоров IBU, партнеров IBU, поставщиков инвентаря IBU и спонсоров Национальной федерации. Координацией занимается партнер IBU по рекламе).

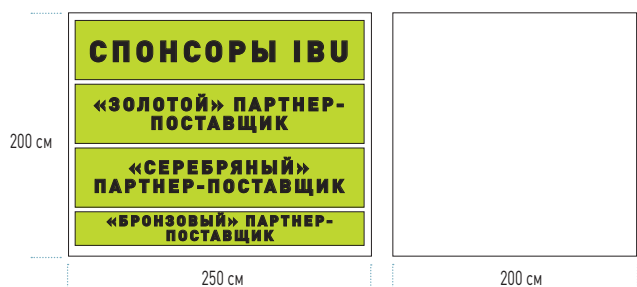


J. ЗОНА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

J.25. VIP-палатка

Общая рекламная доска спонсоров IBU, контрактных партнеров IBU и партнеров-поставщиков IBU размером 2 x 2,5 м. Оформлением данной доски занимается IBU и размещает ее в соответствии с приоритетом первой степени у входа и в комнате IBU.

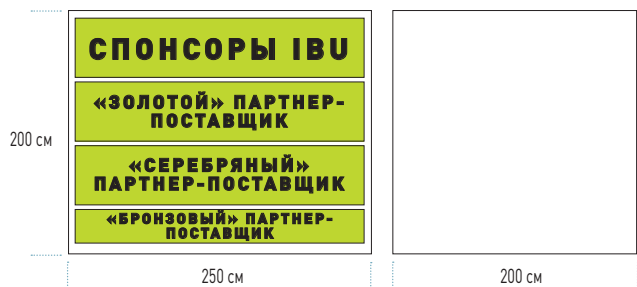
Общая рекламная доска Национальной федерации размером 2 x 2 м. Оформлением доски занимается Национальная федерация. Доска размещается в соответствии с приоритетом второй степени.



J.26. Прочие зоны комплекса для проведения соревнований

Как минимум, одна общая рекламная доска спонсоров IBU, контрактных партнеров IBU и партнеров-поставщиков IBU размером 2 x 2,5 м. Оформлением данной доски занимается IBU и размещает ее в соответствии с приоритетом первой степени предпочтительно в зоне центрального входа в поле зрения потока зрителей.

Как минимум, одна общая рекламная доска Национальной федерации размером 2 x 2 м. Оформлением доски занимается Национальная федерация. Доска размещается в соответствии с приоритетом второй степени.



J.27. Ленты для бейджей с аккредитацией

Реклама на лентах для бейджей с аккредитацией – согласно схеме (иные форма и дизайн могут применяться с согласия IBU).



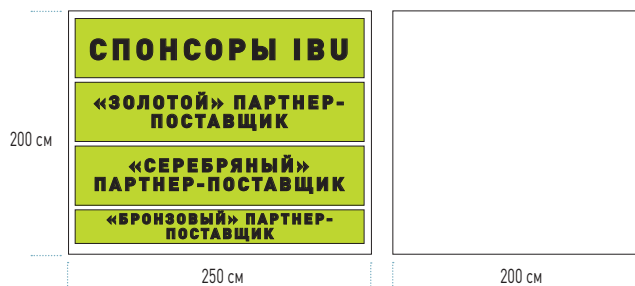
К. ЗОНА ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ВНЕ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ

Под зоной проведения мероприятий вне спортивных сооружений следует понимать зоны, не относящиеся к спортивным сооружениям, однако служащие местом проведения официальных мероприятий, организованных в связи с мероприятиями и соревнованиями IBU. Такие зоны должны быть готовы за день до приезда команд, и находится в распоряжении до последнего дня соревнований включительно (например, официальное торжественное открытие, награждение победителей, выдача стартовых номеров и т.д.).

К.1. Бюро по логистике ●▲

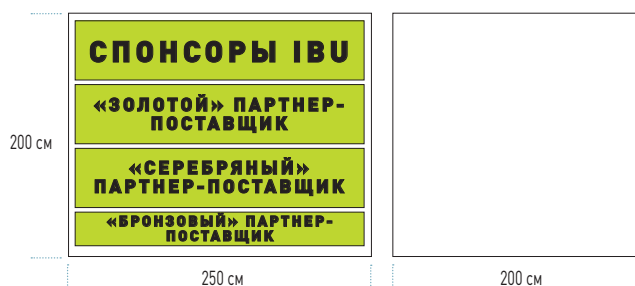
Как минимум, одна общая рекламная доска спонсоров IBU, контрактных партнеров IBU и партнеров-поставщиков IBU размером 2 x 2,5 м. Оформлением данной доски занимается IBU и размещает ее в соответствии с приоритетом первой степени.

Как минимум, одна общая рекламная доска Национальной федерации размером 2 x 2 м. Оформлением доски занимается Национальная федерация. Доска размещается в соответствии с приоритетом второй степени.



К.2. Совещания руководителей команд / встречи со СМИ и спонсорами ●▲

Как минимум, одна общая рекламная доска спонсоров IBU, контрактных партнеров IBU и партнеров-поставщиков IBU размером 2 x 2,5 м. Оформлением данной доски занимается IBU и размещает ее в соответствии с приоритетом первой степени.



Как минимум, одна общая рекламная доска Национальной федерации размером 2 x 2 м. Оформлением доски занимается Национальная федерация. Доска размещается в соответствии с приоритетом второй степени.

К.3. Награждение победителей, выдача стартовых номеров и прочие мероприятия публичного характера ●▲◆

Рекламная стена (в центральной части сцены)

На рекламной стене разрешается указывать название места и год проведения соревнований на участке 30 см в ширину и 1,20 м в длину, высота шрифта должна составлять 26 см. В остальном разрешена только реклама спонсоров IBU и спонсоров Национальной федерации.



К.4. Официальные пресс-конференции IBU на мероприятиях IBU ●

Общая рекламная доска спонсоров IBU, контрактных партнеров IBU и партнеров-поставщиков IBU размером 2 x 2,5 м. Оформлением данной доски занимается IBU.

К. ЗОНА ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ВНЕ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ

К.5. Телевизионная вставка (TV Insert) ●▼

TV Insert Data (телевизионная вставка данных) как статичное и/или динамичное (не „флэш“) отображение идентификационных атрибутов партнера IBU, предоставляющего услуги по обработке данных, на экране длительностью, оговоренной в Приложении 7 к контракту между IBU и партнером по телевидению.



К.6. Информационное освещение результатов ●

IBU оставляет за собой право самостоятельно сообщать о результатах ЧМ и КМ во всех существующих или будущих электронных СМИ, а также выдавать лицензии на программы любого рода.