

КУБОК МИРА ФИФА 2018™
ОТБОРОЧНОЕ СОРЕВНОВАНИЕ
РЕГЛАМЕНТ ПО СМИ И МАРКЕТИНГУ

ВВЕДЕНИЕ: ЦЕЛЬ РЕГЛАМЕНТА

1.1 Формат соревнования: Кубок Мира ФИФА 2018 в России™ будет состоять из двух (2) отдельных этапов: Отборочного соревнования и Финального соревнования. Данный регламент по СМИ и маркетингу регламентирует (i) способ использования всех коммерческих прав относительно Отборочного соревнования, и (ii) способ защиты этих прав в пользу ФИФА и Участвующих ассоциаций-членов. Данный регламент по СМИ и маркетингу не применяется к Финальному соревнованию, так как Финальное соревнование будет регулироваться отдельным Регламентом по СМИ и маркетингу.

1.2 Цель данного регламента: учитывая призовые деньги, выплаченные Ассоциациям-членам, которые квалифицировались для участия в Финальном соревновании Кубка Мира ФИФА 2018 в России™ и, учитывая программу финансовой помощи ФИФА и ее финансовые взносы Конфедерациям, важно признать, что распределение таких значительных сумм возможно только при постоянной поддержке официальными спонсорами и вещателями в рамках Кубка Мира ФИФА™. В связи с тем, что такие официальные спонсоры и вещатели выплатили значительные суммы денег за приобретенные права, ФИФА разработала этот Регламент по СМИ и маркетингу, чтобы убедиться, что все Участвующие ассоциации, Конфедерации или третьи стороны, которые назначены Участвующими ассоциациями, (i) участвуют только в правильном и последовательном осуществлении коммерческих прав, связанных с Отборочным соревнованием, как коллективное целое, и все Матчи отборочного соревнования полностью соответствуют этому Регламенту по СМИ и маркетингу и дальнейшим руководящим принципам или решениям ФИФА в отношении Отборочного соревнования, и (ii) в полной мере принимают участие в защите коммерческих прав Соревнования. В конечном счете, надлежащее осуществление этого Регламента по СМИ и маркетингу принесет непосредственную пользу не только Участвующим ассоциациям, но и всем Ассоциациям-членам и футболу, как спорту.

ЧАСТЬ А: ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ И ЗАЩИТА ПРАВ

2. Введение

2.1 Права собственности: В соответствии с Регламентом соревнования все Участвующие ассоциации подали в генеральный секретариат ФИФА заполненные заявочные формы для участия в Соревновании. С учетом сроков и условий, которые установлены этим Регламентом по СМИ и маркетингу, любые и все Медиа-права, Маркетинговые права, права интеллектуальной собственности и прочие коммерческие или другие права и возможности (включая любое название и любой интерес в отношении Соревнования или соответствующей его части), которые существуют в настоящее время или будут созданы в будущем, являются исключительной и единственной собственностью и контролируются на международном уровне:

- i. ФИФА, как основателем Кубка Мира ФИФА™ и мировым футбольным руководящим органом, а также основываясь на своем организационном, материально-техническом и финансовом вкладе, задачах и обязанностях по отношению к:
 - a. Финальному соревнованию, включая все Матчи финального соревнования и любые мероприятия, связанные с соревнованием;
 - b. Отборочному соревнованию, как к единому целому, и тем частям Отборочного соревнования, в котором участвуют все члены Конфедерации, которые подали в генеральный секретариат ФИФА заполненные официальные заявочные формуляры на участие в Соревновании, включая Жеребьевку отборочного соревнования;
- ii. ФИФА в отношении любого Матча отборочного соревнования, который проводили и организовывали под эгидой ФИФА либо компетентной Конфедерации на нейтральной территории по решению ФИФА или компетентной Конфедерации, который не рассматривался как Домашний матч отборочного соревнования любой из двух Участвующих ассоциаций. Во избежание недоразумений, такое требование не должно применяться к Матчам отборочного соревнования, которые проходят на нейтральной территории, которые считаются Домашним матчем отборочного соревнования любой из двух Участвующих ассоциаций; или
- iii. каждой Участвующей ассоциацией в отношении всех ее Домашних матчей отборочного соревнования.

Соответствующий владелец таких прав и возможностей, как указано выше, имеет право сохранять за собой все доходы, полученные от использования любых таких Медиа-прав, Маркетинговых прав, прав интеллектуальной собственности и прочих коммерческих и других прав и возможностей, которые существуют в настоящее время или будут созданные в будущем.

2.2 Основной принцип: Без разрешения ФИФА в письменном виде или не в соответствии с этим Регламентом по СМИ и маркетингу, никакая третья сторона, включая Конфедерацию, не может:

- i. делать что-либо, что послужило бы основанием для любой ассоциации между такой третьей стороной и Соревнованием (включая Отборочное соревнование как единое целое и теми частями Отборочного соревнования, в которых участвуют все члены Конфедерации, которые подали в генеральный секретариат ФИФА заполненный официальный заявочный формуляр на участие в Соревновании) и/или ФИФА;
- ii. делать что-либо, что прямо или косвенно использовало бы в своих интересах престиж, связанный с Соревнованием или отдельными этапами Соревнования или ФИФА; или
- iii. использовать в централизованном порядке все Медиа-права, Маркетинговые права, права интеллектуальной собственности и/или прочие коммерческие и другие права и возможности, или часть таких прав и возможностей во время проведения всех Матчей отборочного соревнования, как единого целого, или во время проведения тех Матчей отборочного соревнования, в которых играли все члены Конфедерации, принимавшие участие в Соревновании.

Исключительные права и возможности, принадлежащие каждой Участвующей ассоциации в отношении всех ее Домашних матчей отборочного соревнования, как указано выше в пункте 2.1(iii) этого регламента по СМИ и маркетингу, не затрагиваются вышеуказанным основным принципом.

2.3 Сотрудничество с Участвующей ассоциацией: В качестве общего принципа, но оставаясь обусловленным нижеуказанной информацией, все Участвующие ассоциации должны строго соблюдать сроки и условия, изложенные далее в этом Регламенте по СМИ и маркетингу в отношении участия своих Сборных участвующих ассоциаций в Отборочном соревновании. Участвующие ассоциации полностью несут ответственность за полное соблюдение Регламента по СМИ и маркетингу своими Членами делегации команды. Более того, все Участвующие ассоциации должны применять разумные усилия, с помощью правовых и других мер, чтобы

помогать ФИФА в предотвращении и прекращении любого несанкционированного использования со стороны Партнеров участвующей ассоциации, Конфедерации, членом которой является Участвующая ассоциация, или любой третьей стороны, которая заключила договор с Участвующей ассоциацией по вопросу Медиа-прав, маркетинговых прав, прав интеллектуальной собственности и прочих коммерческих прав и других прав и возможностей, которые принадлежат ФИФА.

Участвующая ассоциация должна немедленно сообщить своим Партнерам участвующей ассоциации, а также третьим лицам, с которыми заключен договор, содержание этого Регламента по СМИ и маркетингу. А также должна немедленно сообщить ФИФА в письменном виде о любом несоблюдении этого Регламента по СМИ и маркетингу со стороны своих Партнеров участвующей ассоциации и/или третьих сторон, с которыми заключен договор.

2.4 Передача прав: в тех случаях, когда какие-либо местные или государственные законы или нормативно-правовые акты могут предоставить какие-либо права в отношении:

- i. Отборочного соревнования, как единого целого, и тех частей Отборочного соревнований, в которых участвуют все члены Конфедерации, которые подали в генеральный секретариат ФИФА заполненные официальные заявочные формуляры на участие в Соревновании, или
- ii. любого Матча отборочного соревнования ФИФА, который проводили и организовывали под эгидой ФИФА либо компетентной Конфедерации на нейтральном поле по решению ФИФА или компетентной Конфедерации, который не считается Домашним матчем отборочного соревнования любой из двух Участвующих ассоциаций,

принадлежат и контролируются любой Конфедерацией или Участвующей ассоциацией (в силу проведения или организации любого Матча отборочного соревнования или по другим причинам), соответствующая Конфедерация или Участвующая ассоциация настоящим безоговорочно выделяет и/или передает ФИФА любые и все такие права на неограниченный срок для беспрепятственного использования ФИФА, и отказывается от любых и всех претензий осуществлять и/или использовать такие права самостоятельно или предоставлять любой третьей стороне право осуществлять такие права.

2.5 Передача прав стадионам: Каждая Участвующая ассоциация, которая заключает соглашение с любым оператором стадиона с целью проведения

Матча отборочного соревнования, должна гарантировать, что все заключенные Участвующей ассоциацией или третьей стороной соглашения с любым оператором стадиона предоставляют ФИФА беспрепятственное использование любых Медиа-прав, Маркетинговых прав или прочих коммерческих или других прав, которые принадлежат ФИФА в отношении Отборочного соревнования и/или соответствующего Матча (-ей) отборочного соревнования.

2.6. Товарные знаки участвующих ассоциаций: Для оказания помощи в реализации этого Регламента по СМИ и маркетинговой деятельности, учитывая нижеуказанные сроки и условия, каждая Участвующая ассоциация настоящим передает ФИФА право на использование и/или предоставление сублицензии на право использования, до окончания календарного года, во время которого проходит Финальное соревнование, относительно любых Товарных знаков ассоциации-участницы, которые связаны с участием Ассоциации-участницы в отборочном этапе соревнования.

Право ФИФА на использование и/или предоставление сублицензии на право использования Товарных знаков ассоциации-участницы не должно быть исключительным и должно ограничиваться следующими целями:

- i. любым редакторским, некоммерческим использованием со стороны ФИФА;
- ii. съемками, записью и вещанием Матчей отборочного соревнования только для редакторского использования в любых СМИ и любым использованием Медиа-прав, которые предоставлены ФИФА в соответствии с этим регламентом по СМИ и маркетингу;
- iii. рекламой Соревнования (но во избежание недоразумений, не в связи с Коммерческими партнерами); и
- iv. использованием в электронных или печатных изданиях, связанных с Соревнованием.

Право на использование Товарных знаков ассоциации-участницы с целью съемки, записи и вещания Матчей отборочного соревнования в любых СМИ и любое использование Медиа-прав, предоставляемые ФИФА в соответствии с этим регламентом по СМИ и маркетингу, предоставляются в пользование до конца 2021 г.

В любом случае, ФИФА не будет применять любые изменения официальной версии Торговых знаков ассоциации-участницы, как установлено каждой Ассоциацией-участницей, и не должна использовать любые Товарные знаки ассоциации-участницы любым способом, который

- i. давал бы основание полагать, что какая-либо Ассоциация-участница поддерживает товар или торговую марку какой-либо коммерческой организации, включая каких-либо Коммерческих партнеров;
- ii. является обманчивым или вводит в заблуждение;
- iii. ослабляет или отображает неблагоприятно доброе имя, престиж, репутацию, политическую или религиозную беспристрастность и имидж Ассоциации-участницы; или
- iv. может поставить под угрозу или ограничить имущественные интересы Ассоциации-участницы на свою Торговую марку

2.7 Согласие Делегации команды: Для оказания помощи в реализации этого Регламента по СМИ и маркетингу, учитывая нижеуказанные сроки и условия, каждая Ассоциация-участница должна прилагать все усилия, чтобы заручится согласием и помощью со стороны каждого Члена делегации команды, включая их согласие относительно права ФИФА на использование и/или права ФИФА на предоставление сублицензии на право использования до конца календарного года, во время которого проходит Финальное соревнование, любые их записи, названия и изображения (включая представление любых их фото и видео), которые могут появиться или быть созданы в связи с участием Членов делегации команды в Отборочном соревновании.

Право ФИФА на использование и/или предоставление сублицензии на право использования записей, названий и изображений (включая представление любых вышеуказанных фото и видео), которые могут появиться или могут быть созданы в связи с участием Членов делегации команды в Отборочном соревновании, не должно быть исключительным и должно ограничиваться следующими целями:

- i. любым редакторским, некоммерческим использованием со стороны ФИФА;
- ii. съемками, записью и вещанием Матчей отборочного соревнования в любых СМИ и любым использованием Медиа-прав, которые предоставлены ФИФА в соответствии с этим регламентом по СМИ и маркетингу;
- iii. рекламой Соревнования (но во избежание недоразумений, не в связи с Коммерческими партнерами); и
- iv. использованием в электронных или печатных изданиях, связанных с Соревнованием.

Право на использование любых записей, названий и изображений Членов делегации команды с целью съемки, записи и вещания матчей Отборочного

соревнования в любом СМИ, и любое использование Медиа-прав, которые предоставили ФИФА в соответствии с этим Регламентом по СМИ и маркетингу, должно быть предоставлено на неограниченный срок.

2.8 Дальнейшие соревнования ФИФА: Для оказания помощи в разработке будущих соревнований Кубка Мира ФИФА™, включая отборочные этапы будущих соревнований Кубка Мира ФИФА™, чтобы создать добавленную стоимость как для ФИФА, так и для Ассоциаций-участниц, и увеличить финансовые взносы всем Ассоциациям-членам, ФИФА может изменить регламент по СМИ и маркетингу относительно использования Медиа-прав и/или маркетинговых прав для таких будущих соревнований Кубка Мира ФИФА™.

3. Товарные знаки соревнования

3.1 Право собственности на товарные знаки соревнования: ФИФА является и остается единственным владельцем всех Товарных знаков соревнования и сохраняет за собой исключительное право на разработку любых товарных знаков, логотипов и символов Соревнования и/или связанных с ним (включая каждый этап Соревнования).

3.2 Запрет на разработку конкурирующих товарных знаков: Чтобы (i) обеспечить совместимость «наглядности и восприятия» всего Соревнования и (ii) предотвратить и/или приостановить любые случаи Паразитического маркетинга в отношении Соревнования со стороны Партнеров ассоциации-участницы или третьих лиц, каждая Ассоциация-участница не должна разрабатывать, использовать, регистрировать, принимать или создавать, и должна принимать разумные меры для обеспечения того, чтобы ни один из каких-либо ее Партнеров, ни какая-либо третья сторона, которые заключили соглашение с Ассоциацией-участницей, не разрабатывали, не использовали, не регистрировали, не принимали или не создавали какой-либо товарный знак, логотип или символ, который относится к Соревнованию или любому этапу Соревнования, или который является, по обоснованному мнению ФИФА, сходным до степени смешения, цветовой имитацией, производным из, или нечестно конкурирующим по отношению к Товарным знакам соревнования.

В частности, каждая Ассоциация-участница обязуются удерживаться и должна прилагать требуемые меры для обеспечения того, чтобы Партнеры ассоциации-участницы удерживались от разработки, использования или регистрации любого названия, логотипа, торгового знака, обозначения,

названия торговой марки, символа, знака обслуживания или другого знака (зарегистрированного или незарегистрированного) или обозначения, которое общество может воспринимать, как аналогию с ФИФА, любым этапом Соревнования или Организационным комитетом Кубка Мира ФИФА 2018 в России, включая слова: “World Cup”, “Mundial”, “FIFA”, “Coupe du Monde”, “Copa do Mundo”, “WM”, или “Weltmeisterschaft”, а также “Qualifiers”, “Eliminators”, “Preliminary Competition” или “Qualification Competition” (или любые другие термины, которые используют на каком-либо языке, которые, по обоснованному мнению ФИФА, можно идентифицировать с Соревнованием или любым этапом Соревнования) или развитие, использование или регистрацию любых дат, которые связаны с названием принимающей страны, местом проведения или с принимающим городом финала соревнования, или любые аналогичные обозначения или производные из таких терминов или дат на любом языке.

3.3 Запрет на обжалование Торговых знаков соревнования: Каждая Ассоциация-участница обязуется не выдвигать возражения против, и прилагать необходимые меры для обеспечения того, чтобы ни один из ее Партнеров не выдвигал возражение против любого торгового знака или заявок на регистрацию авторского права, заполненных ФИФА, Коммерческими партнерами или другими партнерами, которые уполномочены со стороны ФИФА, доверенными лицами или лицензиатами в отношении Товарных знаков соревнования, или прилагать усилия, чтобы отменить любые такие регистрации ФИФА. Ни одна Ассоциация-участница не может каким-либо образом обжаловать или ходатайствовать об авторском праве, торговом знаке, патентной защите или регистрации доменного имени в отношении Товарных знаков соревнования, что может негативно повлиять на имущественные права ФИФА в области Товарных знаков соревнования. В случае если, любая ассоциация-участница выдвигает возражение против любого торгового знака или авторского права заполненной заявки со стороны ФИФА или любого партнера, доверенного лица или лицензиата ФИФА в отношении товарных знаков, тогда соответствующая ассоциация-участница должна прилагать необходимые усилия и принимать разумные меры по требованию ФИФА для обеспечения того, чтобы соответствующий субъект немедленно прекратил такую деятельность. Положения этого раздела 3.3 не применяются, когда Товарный знак соревнования включает право интеллектуальной собственности, которое принадлежит Ассоциации-участнице (Партнеру ассоциации-участницы) и зарегистрировано до публикации этого Регламента по СМИ и маркетингу.

4. Запрет Паразитического маркетинга и дальнейших нарушений

4.1 Меры по борьбе с нарушениями: Коммерческая стоимость Соревнования (и стоимость любых коммерческих прав Соревнования) может быть значительно уменьшена, если какой-либо Партнер ассоциации-участницы или третья сторона, которая заключила соглашение с Ассоциацией-участницей, занимается любой деятельностью Паразитического маркетинга. Компетенцией ФИФА является перечислять свои финансовые взносы своим Ассоциациям-членам, и перечислять Ассоциациям-участницам призовые деньги, размер которых может быть значительно уменьшен из-за Паразитической маркетинговой деятельности. В этой связи каждая Ассоциация-участница должна обосновано поддерживать ФИФА, чтобы не допустить того, чтобы партнеры ассоциации-участницы, а также третьи лица, с которыми заключены соглашения (i) прямо или косвенно стали (или стремятся) ассоциироваться с ФИФА, Соревнованием или любым другим соревнованием или мероприятием, которое организовано ФИФА или под эгидой ФИФА, (ii) используют в своих интересах имидж Соревнования, ФИФА или другого соревнования или мероприятия, которое организовано ФИФА или под эгидой ФИФА, и (iii) не соблюдают положения этого Регламента по СМИ и маркетингу относительно использования Товарных знаков соревнования.

4.2 Уведомление Ассоциаций-участниц: В соответствии с существующей практикой ФИФА будет сообщать Ассоциации-участнице, в случае если любой ее партнер или любая третья сторона, которая заключила соглашение с Ассоциацией-участницей, осуществляет любую деятельность которая, по обоснованному мнению ФИФА, является нарушением этого Регламента по СМИ и маркетингу, и включает (но не ограничивается) следующие нарушения:

- i. нарушение прав интеллектуальной собственности ФИФА; или
- ii. несанкционированное соревнование, розыгрыш, другую рекламную деятельность или другую деятельность по продвижению, связанную с использованием, намерением использовать, или деятельность, которую обосновано можно понимать как использование билетов на Финальное соревнование; или
- iii. нарушение, связанное с ограничениями деятельности Партнеров ассоциации-участницы, как указано в этом Регламенте по СМИ и маркетингу; или
- iv. любую другую деятельность Паразитического маркетинга.

4.3 Масштаб: Вышеуказанные пункты разделов 4.1 и 4.2 применяются даже, если правонарушающие действия не связаны напрямую с существенной ассоциацией Партнера ассоциации-участницы с ней.

4.4 Прекращение деятельности Паразитического маркетинга: После письменного уведомления со стороны ФИФА о любой деятельности Паразитического маркетинга или другого дополнительного нарушения со стороны любого Партнера ассоциации-участницы или любой третьей стороны, которая заключила соглашение с Ассоциацией-членом, каждая Ассоциация-участница будет обосновано оказывать поддержку ФИФА и принимать соответствующие меры для обеспечения того, чтобы соответствующий Партнер ассоциации-участницы или третья сторона, с которой заключено соглашение, немедленно прекратили и воздержались от такой деятельности, и чтобы такой Партнер ассоциации-участницы или такая третья сторона предоставили в ФИФА соглашение в письменном виде о принятии обязательства о немедленном прекращении и воздержании, а также о воздержании в будущем от любой деятельности Паразитического маркетинга или дальнейшего нарушения это регламента по СМИ и маркетингу. Это пункт также применяется, когда деятельность Паразитического маркетинга осуществляется со стороны Партнера ассоциации-участника или любого его партнера или группы компаний.

ЧАСТЬ В: ОТБОРОЧНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ

МЕДИА-ПРАВА

НА МАТЧАХ ОТБОРОЧНОГО СОРЕВНОВАНИЯ

5.1 Права на программирование Матча отборочного соревнования: Если какая-либо Участвующая ассоциация транслирует и/или передает, или желает получить лицензию на право вещания и/или передачи через любые средства массовой информации, какого-либо динамического изображения со своих Домашних матчей отборочных соревнований (т.е. в прямом эфире и/или в записи, полностью или частично), на самостоятельной основе или для использования в Программировании коллективных обзоров, то она должна использовать разумные усилия, чтобы обеспечить (или требовать от лицензиата обеспечить), что она, или субъект, транслирующий и/или передающий соответствующую программу, должен в такой программе:

- i. все время использовать полное официальное название Отборочных соревнований («Отборочные матчи Кубка Мира ФИФА 2018™») и его

- официальный перевод) и никакие другие названия (такие как «Кубок Мира 2018»); и
- ii. обеспечить, чтобы какая-либо третья сторона (не являющаяся Коммерческим партнером), которая приобретает телевизионное спонсорство и/или коммерческое эфирное время в отношении программы, не должна использовать любых Торговых знаков соревнования (или их разновидность или имитацию) в таком телевизионном спонсорстве и/или коммерческом эфирном времени, и должен дополнительно обеспечить, чтобы такая третья сторона не использовала или не рекламировала свое телевизионное спонсорство и/или коммерческое эфирное время в такой способ, который, по обоснованному мнению ФИФА, порождает или может породить, убеждение, что такая третья сторона любым способом официально связана с Соревнованием или ФИФА (например, путем использования вводящих в заблуждение телевизионных спонсорских обозначений); и
 - iii. всегда воздерживаться от использования всех других Торговых знаков соревнования.

5.2 Права на обзоры ФИФА: ФИФА имеет право, на неисключительной, бессрочной без оплаты роялти и всемирной основе, начиная через семьдесят два (72) часа после финального свистка Матча отборочного соревнования, вещать, транслировать, передавать каким-либо способом, давать возможность загружать и/или использовать Основные медиа-права, а также суб-лицензировать любое такое право, с помощью всех возможных СМИ, в любом формате вещания (например, программы-обзора, связанной с Матчем отборочного соревнования, Программирования коллективных обзоров таких как программа «путь к Финальному соревнованию») и для любых целей, рабочего материала продолжительностью не более одной (1) минуты, который будет выбран ФИФА из каждого Матча отборочного соревнования. В частности, ФИФА оставляет за собой право на использование такого материала 32-х Участвующих ассоциаций, которые участвуют в Финальном соревновании, на неисключительной, бессрочной без оплаты роялти и всемирной основе в своей программе о Жеребьевке отборочного соревнования в 2015 г., своей программе о Жеребьевке финального соревнования в 2017 г., и дальнейшей проводимой ФИФА рекламной деятельности, связанной с Соревнованием, и в связи с какой-либо программой о Финальном соревновании в форме презентации, на коллективной или автономной основе.

Во избежание недоразумений, ФИФА не вправе использовать такой материал на самостоятельной основе, но только как часть линейной программы, связанной с Соревнованием, т.е. сюжета, который состоит из материала более чем одного Матча отборочных соревнований или Программы коллективного обзора.

Кроме того, ФИФА оставляет за собой право на использование на бессрочной без оплаты роялти и всемирной основе, всего материала Матчей отборочного соревнования без каких-либо ограничений для некоммерческих целей (напр. для Технической исследовательской группы, Медицинской группы ФИФА и т.д.).

5.3 Доставка отснятого материала и прямой трансляции: Каждая Участвующая ассоциация должна предоставлять ФИФА копию, в формате определенном ФИФА, всего Отснятого материала матча отборочного соревнования, такого как отснятый материал, начиная с десяти (10) минут до начала матча и до пяти (5) минут после финального свистка. Такие копии должны быть поставлены в ФИФА, бесплатно для ФИФА, не позднее чем через двадцать четыре (24) часа после завершения соответствующего Матча отборочного соревнования. Кроме того, по обоснованному запросу ФИФА, каждая Участвующая ассоциация должна предоставить ФИФА, на международном шлюзе, который совместно координируется Участвующей ассоциацией и ФИФА доступ, бесплатно и без платы за передачу, к любой доступной спутниковой прямой трансляции(-ям) полного Домашнего матча отборочных соревнований, который снимается Участвующей ассоциацией или от ее имени. Такая спутниковая прямая трансляция начинается за десять (10) минут до начала матча и заканчивается через пять (5) минут после финального свистка. Во избежание недоразумений, ФИФА не будет требовать от Участвующих ассоциаций организовывать специальный спутниковый заказ исключительно для нужд ФИФА, но ФИФА использует свои разумные усилия, чтобы получить доступ к существующей спутниковой прямой трансляции(-ям), используемой для какой-либо передачи соответствующего Матча отборочных соревнований.

5.4 Новые медиа-права: Участвующая ассоциация имеет право использовать Торговые знаки соревнования на своем официальном сайте, при условии, что:

- i. использование Торговых знаков соревнования совершается только редакционным способом и не может быть использовано/размещено в панели навигации/меню и/или заголовке страницы (напр. в шапке окна) любой страницы Участвующей ассоциации;

- ii. Торговые знаки соревнования не могут использоваться как гиперссылки, за единственным исключением логотипа FIFA.com и составного логотипа FIFA.com (т.е. изображающего Торговые знаки соревнования или их части и логотип FIFA.com), который может ссылаться только на сайт FIFA.com;
- iii. редакционное освещение Соревнования ограничено только Сборной участвующей ассоциации и соответствующей отборочной группой Сборной участвующей ассоциации, за единственным исключением сводного содержания FIFA.com, напр. календаря и результатов (вкл. основные результаты в реальном времени), информации о группах и турнирных таблиц в трансляциях новостей. Доставка сводного содержания FIFA.com остается предметом отдельного соглашения между ФИФА и заинтересованной Участвующей ассоциацией;
- iv. веб-страницы, на которых появляются Торговые знаки соревнования, или которые содержат редакционное освещение Соревнования, должны содержать ссылку (используя логотип FIFA.com или сводный логотип FIFA.com) на сайт FIFA.com;
- v. никакие торговые знаки или логотипы третьих сторон не могут появляться на таких сайтах таким образом, что это позволяет связать такую третью сторону с Торговыми знаками соревнования, или любым способом, который может означать связь между третьей стороной и Соревнованием;
- vi. Участвующая ассоциация не должна извлекать коммерческую выгоду (т.е. продавать рекламу или спонсорство) от веб-страниц, на которых появляются Торговые знаки соревнования таким образом, что позволяет третьей стороне ассоциироваться с Торговыми знаками соревнования, или любым способом, который может означать ассоциацию между третьим лицом и Соревнованием;
- vii. Правильное название Соревнования может использоваться в панели навигации/меню и/или заголовках страниц (напр. в шапке окна) при условии, что оно имеет только описательный характер;
- viii. Правильное название Соревнования может использоваться как гиперссылка или ярлык на любую связанную с Соревнованием веб-страницу в рамках веб-страницы Участвующей ассоциации;
- ix. Участвующая ассоциация может использовать термин "FIFAworldcup" в URL-адресах веб-сайтов, которые способствуют редакционному освещению Участвующей ассоциации при условии, что такое использование ограничено теми разделами их сайтов, которые относятся к редакционному освещению Соревнования Участвующей

ассоциации, и что URL-адрес является относительным путем домена Участвующей ассоциации (т.е. <http://www.pma.com/fifaworldcup>) а не суб-доменом (<http://fifaworldcup.pma.com>).

Без предварительного письменного разрешения ФИФА, Участвующая ассоциация не имеет права использовать, загружать, передавать или распространять в СМИ какие-либо Торговые знаки соревнования кроме Названия соревнования на каком-либо сайте кроме официального сайта Участвующей ассоциации, в частности не на каких-либо внешних сайтах таких, как социальные медиа-платформы (напр. Facebook или Twitter).

5.6 Права на фотоснимки: Данным каждая Участвующая ассоциация предоставляет ФИФА право на то, чтобы как минимум двое (2) фотографов присутствовали и фотографировали на каждом из ее Домашних матчей отборочных соревнований.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРАВА **ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАТЧЕЙ ОТБОРОЧНОГО** **СОРЕВНОВАНИЯ**

6.1 Маркетинговые права ФИФА: ФИФА имеет право использовать прямо или косвенно, в отношении всех Домашних матчей отборочного соревнования соответствующей Ассоциации-участницы, следующие Маркетинговые права, которые должны быть обеспечены со стороны принимающей Ассоциации-участницы:

- i. при условии наличия, право на бесплатное размещение во время проведения каждого Матча отборочного соревнования (за счет принимающей Ассоциации-участницы):
 - aa) передний от кромки поля центральный рекламный щит, выровненный по центральному кругу, который при одинарном телевизионном производстве должен находиться напротив главной телевизионной камеры (в пределах полного, беспрепятственного обзора телевизионных камер) или при так называемом двойном телевизионном производстве должен находиться на обеих главных боковых линиях футбольного поля, или
 - bb) если права, изложенные в подразделе aa) не предоставляются, тогда, по крайней мере, 1 рекламный щит, который находится на уровне футбольного поля и охватывается главным

телевизионным производством и (если применимо) со стороны двойного телевизионного производства, или

- сс) если права, изложенные в подразделах aa) и bb) не предоставляются, тогда, по крайней мере, 1 рекламный щит в любом другом свободном рекламном пространстве на стадионе на уровня футбольного поля или выше.

В случае если, ассоциация-участница, которая принимает матч отборочного соревнования, решает установить рекламные щиты с системой ротации, светодиодной или аналогичной системой, динамической системой, во время проведения Домашнего матча отборочного соревнования, в зависимости от наличия, ФИФА вправе использовать наряду со всей системой рекламных щитов, которая установлена на стадионе, в такой же или подобной пропорции рекламное пространство/охват (например, рекламу в реальном времени), как указано выше в подразделах aa) и bb), доступное для принимающей Ассоциации-участницы.

Все такое рекламное пространство/охват, которое предоставляется ФИФА, должно использоваться со стороны ФИФА с единственной целью идентификации (по усмотрению ФИФА) Отборочного соревнования, соответствующего этапа Отборочного соревнования и/или места проведения Матча отборочного соревнования, или для любого другого некоммерческого сообщения;

- ii. при условии наличия, эксклюзивное право ставить торговый знак (за счет ФИФА) на табло времени/замены ассистента арбитра, с учетом того, что такое обозначение продукта (которое должно применяться со стороны Ассоциации-участницы, при необходимости, и в порядке, определяемом ФИФА) ограничивается продвижением официального адреса Соревнования в сети интернет (FIFA.com) или идентификацией (по усмотрению ФИФА) Отборочного соревнования или соответствующего этапа Отборочного соревнования;
- iii. при условии наличия, эксклюзивное право ставить торговый знак (за счет ФИФА) на скамейки участвующих команд с учетом того, что такое обозначение продукта (которое должно применяться со стороны Ассоциации-участницы, при необходимости, и в порядке, определяемом ФИФА) ограничивается продвижением официального адреса Соревнования в сети интернет (FIFA.com) или идентификацией (по усмотрению ФИФА) Отборочного соревнования или соответствующего этапа Отборочного соревнования;

- iv. исключительное право требовать каждую ассоциацию-участницу прикрепить на обоих рукавах игровой футболки игрока и/или на других элементах формы игрока или оборудования, идентификатор, который имеет отношение к соревнованию или установленный знак для отождествления с ФИФА, такой как Fair Play;
- v. право требовать каждую ассоциацию-участницу правильно указывать Отборочное соревнование в официальных изданиях, рекламных материалах и на билетах, используя термин "2018 FIFA World Cup™ Qualifying Competition" (и его точные переводы).

6.2 Ограничение прав: Любая передача любых Маркетинговых прав со стороны Ассоциации-участницы должна быть обусловлена для правоприобретателя или для любой третьей стороны не использованием любых таких Маркетинговых прав на коллективных началах в отношении любого другого Матча отборочного соревнования, если такое использование относится к Отборочному соревнованию в целом или к отдельной части Отборочного соревнования, в котором играют все члены Конфедерации, которые подали в генеральный секретариат ФИФА заполненные заявочные анкеты для участия в Соревновании.

В качестве примера, ассоциация-участница не может продавать и/или лицензировать свою рекламу или рекламные щиты около футбольного поля любым Партнерам ассоциации-участницы или третьим сторонам, если такой Партнер ассоциации-участницы или третья сторона хочет создать коллективную маркетинговую программу, которая связывает коммерческие субъекты с любым коллективным элементом Отборочного соревнования, а также если, например, такие коммерческие субъекты получают рекламные щиты около футбольного поля в рамках Матчей отборочного соревнования как часть широкого спонсорского пакета.

6.3 Футбольные поля без рекламы: Ассоциации-участницы не имеют права допускать, чтобы какие-либо коммерческие идентификаторы, идентификаторы продукта, логотипы или коммерческие талисманы появлялись на футбольном поле в рамках любого Матча отборочного соревнования, начиная с момента, когда Сборные ассоциаций-участниц готовы начать Матч отборочного соревнования и заканчивая моментом после финального свистка Матча отборочного соревнования.

ЧАСТЬ С:

РАЗНОЕ

7.1 Отсутствие ответственности: ФИФА не несет ответственности перед Участвующей ассоциацией за какие-либо потери, пошлины, убытки или какие-либо расходы, которые возникают из-за, или в связи с организацией Матчей отборочного соревнования, положениями, содержащимися в этом Регламенте по СМИ и маркетингу и/или Регламенте соревнований или Регламенте по экипировке.

7.2 Несоответствие: если Регламент соревнований или Регламент по экипировке противоречит какому-либо аспекту, связанному с маркетингом или СМИ, который регулируется этим Регламентом по СМИ и маркетингу, то Регламент по СМИ и маркетингу должен иметь приоритет над положениями Регламента соревнований и Регламента по экипировке. Соответствующие положения Регламента соревнований и Регламента по экипировке считаются измененными соответствующим образом.

7.3 Изменения: После уведомления Ассоциациям-членам, ФИФА, в любое время и по своему собственному усмотрению, оставляет за собою право изменять этот Регламент по СМИ и маркетингу.

7.4 Не предусмотренные вопросы: Решения по вопросам, не предусмотренным в этом Регламенте по СМИ и маркетингу, и случаям форс-мажорных обстоятельств должны приниматься Организационным комитетом ФИФА. Эти решения являются окончательными.

7.5 Языки: Этот регламент по СМИ и маркетингу существует на четырех официальных языках ФИФА (английском, французском, немецком и испанском). В случае каких-либо расхождений в толковании на английском, французском, испанском или немецком текстах этого Регламента по СМИ и маркетингу, английский текст является аутентичным.

7.6 Отсутствие отказа от прав: Какой-либо отказ от прав со стороны ФИФА от любого нарушения этого Регламента по СМИ и маркетингу (включая любой документ, связанный с этим Регламентом по СМИ и маркетингу), не будет действовать или толковаться отказом от любого другого нарушения такого положения или любого нарушения любого другого положения или отказом от любого права, вытекающего из этого Регламента по СМИ и маркетингу или любого другого документа. Любой такой отказ имеет силу только, если предоставлен в письменном виде. Отказ ФИФА настаивать на строгом соблюдении любого положения настоящего Регламента по СМИ и маркетингу, или любого документа связанного с этим Регламентом по СМИ

и маркетингу, в одном или более случаев не будет считаться отказом от, или лишением прав со стороны ФИФА впоследствии настаивать на строгом соблюдении этого положения или любого другого положения этого Регламента по СМИ и маркетингу, или любого документа, связанного с этим Регламентом по СМИ и маркетингу.

7.7 Вступление в силу: Этот регламент по СМИ и маркетингу был ратифицирован Исполнительным комитетом ФИФА и вступает в силу незамедлительно.

ЧАСТЬ D

ПОНЯТИЯ

«Паразитический маркетинг» означает любую попытку любого субъекта получить несанкционированную коммерческую связь с Соревнованием, или эксплуатировать престиж и гласность, порожденную Кубком Мира ФИФА™ (включая любой этап соревнования) или ФИФА в способ, не разрешенный ФИФА.

«Программирование коллективных обзоров» означает вещание и/или передачу и/или программирование, с помощью каких-либо средств массовой информации, динамических изображений из более чем одного матча отборочных соревнований полностью или частично в повторе, включающее, в частности, кадры матча отборочного соревнования.

«Коммерческие партнеры» - любой субъект, которому ФИФА или какое-либо доверенное лицо ФИФА предоставляет любые права спонсорства в отношении, среди прочего, Соревнования, а именно Партнеры ФИФА, Спонсоры Кубка Мира ФИФА, лица, оказывающие поддержку Соревнования, и фирменные лицензиаты. Термин «Коммерческие партнеры» исключает лицензиатов медиа-прав.

«Соревнование» означает все соревнование Кубка Мира ФИФА 2018 в России™, включая каждый из двух отдельных этапов соревнования: Отборочное соревнование и Финальное соревнование.

«Товарные знаки соревнования» означают следующие товарные знаки (на каких-либо языках):

- Текстовый символ «Кубок Мира ФИФА™» (включая его эквиваленты на всех языках и «™» на английском, русском и немецком) и его любая перестановка, зарегистрированная либо нет, или которая может быть зарегистрирована;
- Текстовый символ «Кубок Мира» (включая эквиваленты на всех языках);
- Текстовый символ «Отборочные матчи Кубка Мира ФИФА 2018™» и «Отборочные соревнования Кубка Мира ФИФА 2018™» (включая его эквиваленты на всех языках и «™» на английском, русском и немецком);
- Официальная эмблема Кубка Мира ФИФА 2018 в России™;
- Официальный талисман Кубка Мира ФИФА 2018 в России™;
- Трофей Кубка Мира ФИФА; и

- Названия соревнования (как определено ниже).

«**Матч соревнования**» означает какой-либо футбольный матч, проводимый в связи с Соревнованием, включая матчи Отборочного соревнования и матчи Финального соревнования.

«**Названия соревнования**» означает следующие официальные названия Соревнования:

- Текстовый символ «Кубок Мира ФИФА 2018™» (включая его эквиваленты на всех языках и «™» на английском, русском и немецком); и
- Текстовый символ «Кубок Мира ФИФА 2018 в России™» (включая его эквиваленты на всех языках и «™» на английском, русском и немецком); и
- Текстовый символ «Отборочные матчи Кубка Мира ФИФА 2018™» и «Отборочные соревнования Кубка Мира ФИФА 2018™» (включая его эквиваленты на всех языках и «™» на английском, русском и немецком).

«**Регламент соревнований**» означает обязательные правила, изданные ФИФА для Кубка Мира ФИФА 2018 в России™, регулирующие права, обязанности и ответственность всех участвующих ассоциаций-членов.

«**Конфедерация**» означает какую-либо континентальную конфедерацию, признанную ФИФА: АФК, КАФ, КОНКАКАФ, КОНМЕБОЛ, УЕФА и ОФК.

«**Регламент по экипировке**» означает Регламент ФИФА по экипировке в применимом виде, с поправками, время от времени вносимыми ФИФА.

«**Архив ФИФА**» означает архив ФИФА динамических и неподвижных изображений из прошлых соревнований ФИФА (т.е. в том числе предварительных соревнований) и будущих событий, которые были организованы ФИФА или под ее эгидой. Архив ФИФА управляется FIFA Films.

«**Партнер ФИФА**» означает какой-либо субъект, которому ФИФА предоставила наиболее полный пакет глобальных рекламных, популяризаторских и маркетинговых прав в отношении ФИФА, деятельности ФИФА и футбольных соревнований, организованных ФИФА или под ее эгидой, включая Соревнование. Партнеры ФИФА имеют право на наивысший доступный уровень коммерческой ассоциации с ФИФА и соревнованиями, организованными ФИФА или под ее эгидой.

«Спонсоры Кубка Мира ФИФА» означают какого-либо субъекта, которому ФИФА предоставляет второй наиболее полный пакет глобальных рекламных, популяризаторских и маркетинговых прав в отношении Кубка Мира ФИФА™ и Кубка Конфедераций ФИФА.

«Трофей Кубка Мира ФИФА» означает оригинал трофея, вручаемого ФИФА победителю Кубка Мира ФИФА 2018 в России™.

«Финальное соревнование» означает финальное соревнование Кубка Мира ФИФА 2018 в России™, которое должно состояться в Российской Федерации и в котором примут участие 32 отобравшиеся Сборные ассоциаций-участниц.

«Матчи финального соревнования» означают все 64 футбольных матча, проводимых в рамках Финального соревнования.

«Жеребьевка финального соревнования» означает церемонию проведения жеребьевки, в рамках которой Сборные ассоциаций-участниц, которые отобрались на Финальное соревнование, попадут в соревновательные группы.

«Основные медиа-права» - все права на использование, показ и/или распространение, по всему миру, любого звукового материала, недвижимого или динамического визуального и аудиовизуального материала, текста и информации о Соревновании (или какой-либо его части), посредством магнитных, электронных или цифровых накопительных устройств, известных сейчас или изобретенных позже, включая, только в качестве примера, DVD, VHS или CD-ROM (или любую производную или преемственную технологию).

«Исторические Товарные Знаки» означают торговые марки, эмблемы, талисманы и официальные плакаты со ссылкой или в связи с предыдущими розыгрышами Кубка Мира ФИФА™, которые проводились до XXI Кубка Мира ФИФА™.

«Права во время полета» означают (i) все права на передачу и/или показ, посредством любого средства передачи/платформы чего бы то ни было, какого-либо звукового, недвижимого или динамического визуального и аудиовизуального материала, информации и/или текстового материала, относящегося к какому-либо Соревнованию и/или церемониям относящихся к Соревнованию, в прямом эфире или иным образом, для приема и/или показа с помощью любой бортовой развлекательной системы на борту любого самолета в любой точке мира; и (ii) все права на использование каких-либо и всех коммерческих возможностей (включая, например,

телевизионное спонсорство и коммерческие возможности эфирного времени) возникающие из, и/или в связи с, каждой такой передачей и показом.

«**Маркетинговые права**» означают, в каждом и во всех СМИ, в целом мире, и на всех языках, какие-либо и все рекламные права, популяризаторские права, права поддержки, права ассоциации, премиальные и подарочные права, маркетинговые права, мерчендайзинговые и лицензионные права, права на обеспечение питания и концессионные права, спонсорские права, права гостеприимности, транспортные и туристические права, права на продажу билетов, права на размещение, права на публикацию, права на букмекерскую деятельность, розничные права, музыкальные права, филателистические права, нумизматические права, права на проведение лотерей, права на проведение аукционов и какие-либо другие права и/или связанные коммерческие возможности (известные сейчас или изобретенные позже) в отношении Соревнования и мероприятий, связанных с Соревнованием, если только это не Медиа-права.

«**Медиа-права**» означают права, в целом мире, и на всех языках, сообщать, записывать, передавать или иным способом использовать какие-либо неподвижные или динамические визуальные изображения, какой-либо аудиоматериал, какой-либо аудиовизуальный материал, какой-либо текст и какую-либо информацию с помощью любых средств (известных сейчас или изобретенных в будущем), каких-либо аспектов или элементов Соревнования или мероприятий, связанных с Соревнованием, в прямом эфире, в редактированном эфире и/или в записи, полностью или частично, в любом СМИ и с помощью любых средств передачи или доставки, известных сейчас (включая преемственные технологии) или изобретенные позже, включая любые права на доступ к новостям. Во избежание недоразумений, право на вещание, трансляцию и/или передачу базового аудиовизуального материала (или какого-либо дополнительного материала) и право на передачу радиокомментариев какого-либо Матча соревнований составляют Медиа-права, и Медиа-права включают права на запись, создание и использование каких-либо официальных фильмов или каких-либо официальных концертов Соревнования и/или аналогичных аудиовизуальных продуктов и продукции, а также Медиа-права включают Основные медиа-права, Права общественного показа и Права во время полета.

«**Ассоциация-член**» - любая национальная футбольная ассоциация входящая в состав ФИФА, вне зависимости от того участвует ли ее сборная команда в соревновании.

«Участвующая ассоциация-член» - любая Ассоциация-член, чья сборная команда участвует в Отборочных соревнованиях.

«Партнер участвующей ассоциации» означает какого-либо коммерческого партнера любой Участвующей Ассоциации, включая какую-либо дочернюю компанию, лицензиата, агента, спонсора, маркетингового партнера, медиа-партнера или другого коммерческого партнера, назначенного напрямую или косвенно соответствующей Участвующей ассоциацией или ее доверенным лицом.

«Торговые марки участвующей ассоциации» означают название, символ, эмблему или какое-либо официальное обозначение Участвующей ассоциации, которые используются для идентификации Участвующей ассоциации, включая иностранный перевод и его какие-либо перестановки, зарегистрированные либо нет или которые могут быть зарегистрированы.

«Сборные участвующих ассоциаций» означают какую-либо команду, которая представляет Участвующую ассоциацию и которая квалифицировалась для участия в Отборочных соревнованиях.

«Отборочные соревнования» означают континентальный квалификационный этап и межконтинентальный квалификационный этап (напр. матчи плей-офф между сборными участвующих ассоциаций из разных Конфедераций) Кубка Мира ФИФА 2018 в России™, в которых участвуют сборные команды всех Ассоциаций-членов, которые подали заявки на участие в Соревновании. После завершения Отборочных соревнований, сборные команды или выбывают из Соревнования или автоматически проходят в Финальное соревнование.

«Выездной матч отборочного соревнования» - такой матч отборочного соревнования, который не принимается соответствующей Участвующей ассоциацией.

«Домашний матч отборочного соревнования» - такой матч отборочного соревнования, который принимается соответствующей Участвующей ассоциацией и проводится либо в стране этой Участвующей ассоциации, либо в любой другой стране определенной соответствующей Участвующей ассоциацией и утвержденный ФИФА или компетентной Конфедерацией, или проводится на нейтральном поле по решению ФИФА или компетентной Конфедерации.

«Матч отборочного соревнования» - любой Выездной матч отборочного соревнования или Домашний матч отборочного соревнования.

«Отснятый материал матча отборочного соревнования» означает динамический или неподвижный визуальный материал какого-либо матча отборочного соревнования, записанный телекомпанией, назначенной Участвующей ассоциацией или какой-либо третьей стороной, уполномоченной Участвующей ассоциацией, такой видеоматериал матча отборочного соревнования предоставляется ФИФА в соответствии с Разделом 5.3 этого Регламента по СМИ и Маркетингу.

«Жеребьевка отборочного соревнования» - церемония жеребьевки, проведенная и организованная ФИФА, в которой Сборные ассоциаций-участниц распределяются по соревновательным группам для каждой из Конфедераций.

«Права общественного показа» означают (i) все права на передачу посредством любых средств массовой информации, любого звукового, неподвижного или динамического визуального или аудиовизуального материала, информации и/или текстового материала относящегося к какому-либо Соревнованию, и/или церемоний относящихся к Соревнованию (или любых их частей) для показа и доступного приема аудиторией, расположенной в любом месте, в кинотеатрах, барах, ресторанах, стадионах, офисах, на строительных площадках, нефтяных платформах, водном транспорте, в автобусах, поездах, учреждениях вооруженных сил, образовательных учреждениях, больницах и любых других местах кроме частного жилья; и (ii) все права организовывать и проводить любые мероприятия, где аудитория может смотреть/слушать такие передачи (не зависимо от того открыты ли такие показы для широкой общественности или нет); и (iii) все права использовать какие-либо и все коммерческие возможности (включая, но не ограничиваясь для примера, платой за вход, спонсорством, мерчандайзингом, телевизионным спонсорством и возможностями поставщиков), вытекающие из, и/или в связи с, такими мероприятиями, передачей и/или показом. Во избежание каких-либо недоразумений, Права общественного показа не включают Права во время полета.

«Делегация команды» означает, в совокупности, всех членов делегации команды Участвующей ассоциации.

«Член делегации команды» - все игроки, тренеры, менеджеры, официальные лица, пресс-атташе, представители и гости Участвующей ассоциации.