

DISTRIBUIÇÃO: CLUBES PARTICIPANTES

ASSUNTO: Andebol 1 – Distribuição dos direitos de Marketing - Organização e Procedimentos

I. DISTRIBUIÇÃO DOS DIREITOS DE MARKETING

- A) Os direitos de marketing relativos aos autocolantes de chão pertencem exclusivamente aos clubes.
- B) Os autocolantes de chão, (no máximo 11) deverão ser colocados de acordo com a maqueta apresentada.
- C) Os direitos de marketing relativos á publicidade de primeira linha pertencem exclusivamente á FAP, com excepção de 2 (dois) placares de 3mx1m, que pertencem aos clubes e que deverão ser colocados nas posições descritas na maqueta abaixo apresentada, no sentido oposto aos bancos de oficiais e ás câmaras de televisão.

II. ORGANIZAÇÃO E PROCEDIMENTOS

- A) Os clubes têm a obrigação de informar a FAP para o e-mail (filipa.santos@fpa.pt), cinco dias úteis antes do jogo objecto de transmissão televisiva, se irão ou não fazer uso destes direitos e quais as marcas que irão serão utilizadas.
- B) As marcas patrocinadoras utilizadas pelos clubes, tanto no chão, como em publicidade de 1ª linha, não deverão ser concorrenciais com as marcas patrocinadoras da FAP;

- C) Os clubes deverão comunicar á FAP, até ao dia 26 de Agosto de 2011 para o e-mail (filipa.santos@fpa.pt), quais das suas marcas patrocinadoras farão parte da maqueta abaixo apresentada, tanto em publicidade de chão, como publicidade de 1ª linha;
- D) No caso de uma marca patrocinadora ser contratualizada pelo clube no decorrer da época desportiva, esta deverá ser comunicada á FAP imediatamente para o e-mail (filipa.santos@fpa.pt);
- E) A colocação da publicidade de 1ª linha de acordo com a maqueta abaixo, é da inteira responsabilidade da FAP.
- F) A colocação dos autocolantes de chão de acordo com a maqueta abaixo, é da inteira responsabilidade do clube organizador.
- G) No caso dos autocolantes de chão estarem mal colocados, (colocados não de acordo com a maqueta abaixo) ou se estes causarem dificuldades para os intervenientes no jogo, causando interrupções e falta de segurança, terão que ser removidos imediatamente.
- H) O coordenador de segurança/Director de campo do clube organizador tem a responsabilidade de garantir a melhor visibilidade da publicidade.
- I) O director de campo tem obrigação de salvaguardar que a publicidade não é tapada por nenhuma pessoa (espectadores, membros da organização, jornalistas, fotógrafos, etc.), ou quaisquer materiais que possam criar obstáculos à visibilidade e captação da publicidade pela televisão.

Lisboa, 26.07.2011

A DIRECÇÃO