

**Fudbalski savez Crne Gore**



**PRAVILNIK O  
KOMERCIJALNIM I MEDIJSKIM PRAVIMA**

Na osnovu člana 34 Statuta Fudbalskog saveza Crne Gore, Izvršni odbor FSCG, na sjednici održanoj 29.07.2020. godine, donio je

## **P R A V I L N I K**

### **O KOMERCIJALNIM I MEDIJSKIM PRAVIMA TAKMIČENJA POD INGERENCIJOM FSCG**

#### **I Generalne odredbe**

##### **Član 1**

Ovaj pravilnik definiše prava, obaveze i odgovornosti svih strana vezano za komercijalna prava za: (i) mečeve Telekom 1 CFL, mečeve Druge lige Crne Gore (u daljem tekstu 2. CFL), i mečeve Kupa Crne Gore u periodu avgust 2020. – avgust-jul 2025. godine.

#### **II Sistem takmičenja i raspored mečeva**

##### **Član 2**

Savez je odgovoran za određivanje:

- a) sistema takmičenja uključujući format, žrijebanje, sistem odigravanja utakmica i trajanja takmičenja Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore, i
- b) raspored odigravanja mečeva uključujući datume, vrijeme početka odigravanja utakmica i (nakon predloga kluba) mjesto odigravanja.

##### **Član 3**

Klubom domaćinom smatra se klub koji je rasporedom takmičenja određen kao domaćin.

#### **III Korišćenje komercijalnih prava**

##### **Član 4**

#### **Definicije**

U svrhu ovog pravilnika, sljedeći termini imaju sljedeća značenja:

- a) „klupski identitet“ podrazumijeva ime kluba učesnika, nadimak, simbole, ambleme, logotip, oznake, dresove, boje i dizajn opreme.
- b) „pravo na korišćenje podataka“ podrazumijeva pravo prikupljanja i korišćenja statistike i ostalih podataka sa utakmica u Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore.
- c) „vlasnik TV prava“ podrazumijeva Savez i/ili bilo kog emitera određenog od strane Saveza (uključujući bez ograničenja oficijelne emitere određene od strane Saveza), odgovorne između ostalog za multilateralnu produkciju televizijskog i promotivnog sadržaja i prenosa određene utakmice/a.
- d) „marketing prava“ podrazumijevaju prava na sve tipove reklamiranja (uključujući bez ograničenja elektronski i virtuelni tip reklamiranja), promociju, odnose sa javnošću, marketing, trgovinu, licenciranje, franšize, sponzorstva, ugostiteljstvo, koncesije, putovanja i turizam, izdavačku

djelatnost, prodaju na malo i sva ostala komercijalna prava i mogućnosti kluba koji nijesu medijska prava, promotivna prava i prava na korišćenje podataka.

e) „medijska prava“ podrazumijevaju prava kreiranja, distribucije i prenosa na linearnoj bazi i/ili na bazi potražnje sadržaja za prijem u bilo koje vrijeme (uključujući bez ograničenja sadržaje uživo kao i sadržaje na odloženoj bazi) bilo gdje na svijetu na neki ili na sve načine i u nekim ili svim medijima, bilo da su trenutno dostupni ili će biti dostupni u budućnosti (uključujući bez ograničenja sve oblike TV, radio, bežične i internet distribucije), audiovizuelnog i/ili radio prenosa nekog ili svih mečeva i sva prateća i/ili vezana prava, uključujući fiksna medijska prava.

f) „prava promocije“ podrazumijevaju prava promovisanja Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore i/ili ne komercijalne kampanje Saveza na nekom ili svim mečevima.

## Član 5

### **Medijska prava**

U skladu sa članom 60 Statuta FSCG, Savez ima pravo korišćenja svih medijskih prava vezano za Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore. Da bi se izbjegle nedoumice, Savez posjeduje i ima isključivo pravo da isključi neki klub ili drugu stranu iz prava korišćenja medijskih prava.

Klub domaćin svakog meča mora osigurati da Savez i svi vlasnici TV prava imaju nesmetan pristup svim djelovima stadiona kao i besplatne akreditacije. Svaki klub, uključujući tim i zvaničnike, a posebno osoba zadužena za organizacione poslove i medijska pitanja, je dužan da saraduje u najvećoj mogućoj mjeri u cilju realizacije prenosa utakmica, posebno vezano za pristup i dobijanje sadržaja od igrača, trenera i drugih službenih lica tima za potrebe intervjua, a sa ciljem najbolje moguće promocije meča i/ili takmičenja u kojem klub učestvuje.

Klub i Savez će saradivati u preduzimanju zakonskih i drugih mjera u cilju zabrane, sprječavanja i zaustavljanja neautorizovanih korišćenja svih medijskih prava vezanih za takmičenja i/ili mečeve i u cilju zaštite takmičenja.

Klubovi mogu koristiti određena medijska prava u skladu sa Smjernicama za medijska prava, koja se nalaze u Aneksu 2.

Pored toga, bez uticaja na Smjernice o medijskim pravima, u dodatku i bez prejudiciranja na Smjernice za medijska prava, klubovi su ovlašćeni da koriste snimke svojih mečeva u nekomercijalne svrhe, kao što su taktičko-tehničke analize. Dozvola data od strane Saveza vezano za sve takve snimke je striktno ograničena na gore opisan način upotrebe. Klubovi su odgovorni za sva dodatna potrebna prava ili odobrenja trećih strana koja se zahtijevaju u vezi sa bilo kojom odgovarajućom upotrebom.

Svi ugovori napravljeni od strane klubova vezano za korišćenje medijskih prava za bilo koji meč moraju sadržati (kao svoj dio) i biti predmet člana 60 Statuta Saveza i pravilnika koji regulišu njegovo sprovođenje. Dodatno, bilo koji takav ugovor mora predviđati da u slučaju promjena relevantnih članova i pravilnika, ugovor mora biti prilagođen promjenama u roku od 30 dana od stupanja na snagu pomenutih promjena.

## Član 6

### **Medijska pitanja**

Klubovi će uskladiti svoje obaveze po pitanju emitera i medija sa Aneksima koji su sastavni dio ovog Pravilnika.

## Član 7

### Marketing prava za Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore

Klub domaćin bilo kog meča Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore je ovlašćen da koristi marketing prava u vezi predmetnog meča vodeći računa o pravima na reklamne table na nivou terena na čije korišćenje Savez polaže prava.

Niti jedan klub ne može učestvovati ili dozvoliti bilo kojoj trećoj strani korišćenje marketing prava datih od strane kluba koji bi omogućili trećoj strani kreiranje sadržaja ili bilo koju vrstu povezivanja sa Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore u cijelosti ili djelimično. U slučaju ustupanja marketing prava, klub mora usloviti primaoca prava i ostale treće strane da ne koriste predmetna marketing prava na taj način.

Klubovi i Savez će sarađivati u preduzimanju zakonskih i drugih mjera u cilju zabrane, prevencije i zaustavljanja neautorizovanog korišćenja marketing prava Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore i zaštite tih prava.

Klubovi ne smiju koristiti, niti ovlastiti treću stranu da koristi, bilo koju od registrovanih ili neregistrovanih oznaka Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore, grafika, materijala ili umjetničkih formi kreiranih u vezi sa Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore u svojim programima, promocijama, publikacijama ili reklamama bez prethodne pismene saglasnosti Saveza. Dalje, klubovi ne mogu razvijati, koristiti, registrovati, prilagođavati ili kreirati oznake, logotipe ili simbole koji upućuju na Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore ili koji su im zbunjujuće slični, imitiraju u dijelu korišćenja boja ili na približan i nefer način čine konkurenciju zvaničnim oznakama, materijalima i formama Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupu Crne Gore.

Svaki klub mora ispravno identifikovati Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore u svojim oficijelnim publikacijama, promotivnim materijalima i/ili ulaznicama, koristeći naziv Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore ili bilo koji drugi naziv definisan i iskomuniciran od strane Saveza.

## Član 8

### Prava promocije za Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore

Svaki klub domaćin besplatno ustupa Savezu sljedeća prava promocije vezano za svaki meč Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore:

- a) pravo na reklamiranje na 20% reklamnih panoa pored terena, (sa proporcionalnim prostorom na pozadinama za intervju i pres konferencije), uključujući, bez ograničenja, centralni baner (najmanje dužine 6m) pozicioniran na centralnoj liniji terena za igru, naspram glavne kamere,
- b) Pravo brendiranja semafora za izmjene,
- c) Pravo na mjesto za naljepnicu sa logom takmičenja na desnom rukavu opreme za utakmice,
- d) Pravo na emitovanje sadržaja u trajanju od 1 (jednog) minuta na stadionskom ekranu u periodu 15 minuta prije početka meča i u poluvremenu utakmice,
- e) Pravo na jednu punu stranicu za nekomercijalni oglas u boji u meč programima,
- f) Pravo na postavljanje nekomercijalnih zastava na svim mečevima (državna zastava, zastava lige, zastava Saveza),
- g) Pravo na luk za postrojavanje, stalak za loptu ili sličnu strukturu tokom ulaska igrača na teren.

Ako bilo koje od prava nabrojanih u prethodnom stavu nijesu dostupna za meč, klub domaćin će ustupiti Savezu drugu adekvatnu mogućnost reklamiranja na stadionu.

Savez će (na svoj račun) snabdjeti svaki klub materijalima potrebnim za sprovođenje nabrojanih prava. Klubovi domaćini su odgovorni da (na svoj račun) postave relevantne materijale i implementiraju pomenuta prava u skladu sa smjernicama i instrukcijama Saveza.

Savez će imati neekskluzivno pravo da koristi ili autorizuje druge da besplatno koriste identitet kluba za:

- a) Priređivanje i organizaciju Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore,
- b) Svrhe promocije vezane za Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore,
- c) Izdavačke svrhe (uključujući digitalne servise Saveza).

Klub je obavezan besplatno snabdjeti Savez, na njegov zahtjev, svim odgovarajućim materijalima kao i neophodnom dokumentacijom koja je Savezu potrebna za nesmetano i ispravno korišćenje prava promocije u skladu sa ovim članom. Ovaj stav se ne odnosi na vizuale bilo kog igrača, trenera ili zvaničnika.

Savez ne može koristiti prava promocije u komercijalne svrhe, osim u svrhe identifikacije i promocije Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore, uključujući sve aspekte sa tim u vezi (internet stranica Saveza, zvaničnu aplikaciju takmičenja, društvene mreže ili sekcije internet stranica vezane za relevantno takmičenje ili meč) i nekomercijalne kampanje Saveza.

Savez može izdati smjernice i/ili instrukcije vezano za korišćenje promotivnih prava od strane kluba domaćina.

## **Član 9**

### **Prava na korišćenje podataka**

Savez je ovlašćen da koristi sva prava na korišćenje podataka vezano za Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore. Sva prava za bilo koji podatak i statistika prikupljena od strane Saveza (uključujući baze podataka u kojima su ti podaci sadržani) u vezi sa mečevima i igračima koji su učestvovali u Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupu Crne Gore su isključivo i ekskluzivno vlasništvo Saveza.

U vezi Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore klub može prikupljati i koristiti podatke vezano za svoje mečeve i može:

- a) Interno koristiti te podatke u svrhe treninga,
- b) Objavljivati podatke na stadionskom ekranu unutar stadiona tokom meča i
- c) Po zaključenju svakog meča koristiti te podatke za objavljivanje na svojim zvaničnim platformama ili dati licencu drugima da koriste te podatke.

Klubovi moraju osigurati da njihove oficijelne platforme ili licencirane treće strane ne prodaju bilo koji vid sponzorstava koje je direktno ili indirektno povezuju bilo koju vrstu usluge, proizvod, osobu ili brend sa Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore.

Klub mora osigurati da nijedna karta ili akreditacija koja omogućava pristup i skupljanje podataka na stadionu ne može biti korišćena od strane bilo koga, osim za potrebe prikupljanja podataka od strane kluba za interne klupske potrebe, i dužan je takve aktivnosti zabraniti i hitno spriječiti, vodeći računa o izvještavanju akreditovanih medijskih kuća.

## **Član 10**

### **Lopte**

U svim mečevima Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore svaki klub će koristiti oficijelne meč lopte određene i obezbijeđene od strane Saveza.

## **Član 11**

### **Ulaznice**

Klub će, na zahtjev Saveza dostavljen ne kasnije od dva dana prije odigravanja utakmice, obezbijediti za svaki meč Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore pet (5) besplatnih VIP ulaznica, ne računajući mjesto u VIP loži koje mora biti obezbijeđeno kontroloru suđenja Saveza.

## **Član 12**

### **Reflektori**

Precizne preporuke vezano za reflektorsko osvjetljenje definisane su Smjernicama za medijska prava koje se nalaze u Aneksu 2 ovog Pravilnika.

## **Član 13**

### **Saradnja**

Klub se obavezuje na blisku saradnju sa Savezom. Svaki klub mora imenovati kontakt osobu koja će biti odgovorna za svu dalju saradnju između kluba i Saveza. Podrazumijeva se da će klub za potrebe Saveza besplatno obezbijediti usluge, infrastrukturu i zone predviđene ovim pravilnikom ili koji su neophodni za sprovođenje zahtjeva Saveza u skladu sa ovim pravilnikom.

## **IV Finansijske odredbe**

## **Član 14**

U slučaju komercijalizacije medijskih prava, Savez će klubovima, shodno Odluci Izvršnog odbora opredjeljivati određeni iznos finansijskih sredstava. Sredstva koja Savez dobija od generalnog sponzora Prve CFL biće u punom iznosu isplaćena klubovima.

## **Član 15**

### **Prava i obaveze Saveza**

Klub se obavezuje da obešteti Savez u slučaju bilo kakvog nepoštovanja ovih odredaba od strane kluba ili bilo kojeg od njegovih igrača, službenika, zaposlenih, predstavnika ili agenata.

Klub mora dobiti sva neophodna prava treće strane i saglasnosti koje su potrebne za sprovođenje ovog pravilnika i po zahtjevu mora besplatno snabdjeti Savez neophodnom dokumentacijom potrebnom da bi Savez nesmetano koristio svoja prava predviđena ovim pravilnikom.

Klub može iskoristiti samo prava predviđena ovim pravilnikom a u skladu sa nacionalnim zakonodavstvom.

Svi ugovori koje klub (ili bilo koja treća strana u ime kluba) sklapa vezano za prava predviđena ovim pravilnikom, moraju isteći najkasnije 30. juna 2025. godine ili sadržati klauzulu koja omogućava klubu prekid ugovora do ovog datuma.

## **V Oslobađanje od odgovornosti**

### **Član 16**

Savez je oslobođen svake odgovornosti u slučaju sukoba nastalih iz ugovora između kluba ili njegovih igrača, zvaničnika, zaposlenih, predstavnika ili agenata sa bilo kojom trećom stranom na račun odredaba ovog pravilnika i njihovih obaveza prema istim.

## **VI Arbitražni sud FSCG**

### **Član 17**

Parnice nastale u vezi sa ovim pravilnikom rješavaće se pred Arbitražnim sudom FSCG.

## **VII Nepredviđene okolnosti**

### **Član 18**

Sve okolnosti koje nijesu predviđene ovim pravilnikom, kao što su slučajevi više sile biće odlučene od strane Izvršnog odbora, Odbora za hitna pitanja ili zbog vremenskog ograničenja od strane predsjednika ili u njegovom odsustvu generalnog sekretara.

## **VIII Završne odredbe**

### **Član 19**

Operativni menadžment povjeren je administraciji Saveza kao i koordinacija Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore, tako da je ovlašćena da donosi odluke i usvaja detaljne odredbe neophodne za implementaciju ovog pravilnika uključujući, u izuzetnim okolnostima, donošenje neophodnih izuzetaka u njihovoj primjeni.

Savez može odrediti treće strane kao agente ili brokere u njegovo ime i/ili kao pružaoce usluga u dijelu korišćenja nekog ili svih medijskih prava, marketing prava, promotivnih prava i prava na korišćenje podataka.

Svi aneksi su integralni dio ovog pravilnika.

Svako kršenje ovog pravilnika može biti kažnjeno od strane Saveza skladu sa disciplinskim pravilnikom Saveza.

Predsjednik  
Dejan Savićević, s.r.

## **Aneks 1 – Medijska pitanja**

### **I - Uopšteno**

Fudbalski savez Crne Gore (u daljem tekstu Savez) je nosilac medijskih prava na stadionima na kojima se odigravaju mečevi Telekom 1. CFL, Druge lige Crne Gor (u daljem tekstu 2. CFL) i Kupa Crne Gore i može zabraniti pristup bilo kojem neautorizovanom predstavniku medija, uključujući i one koji su vlasnici prava prenosa.

### **II – Medijski uslovi**

Ovim pravilnikom postavlja se minimum medijskih uslova za mečeve Telekom 1. CFL, Druge lige Crne Gore i Kupa Crne Gore. U odnosu na pojedinačne utakmice Savez može zahtijevati povećanje ili smanjenje medijskog/produkciskog standarda.

### **III – Promocije**

Svi klubovi moraju, na zahtjev Saveza, obezbijediti, bez plaćanja naknade, fotografije i informacije o klubu i/ili relevantnim timovima kao i sve dodatne podatke zahtijevane od strane Saveza, ili učiniti sve gore navedeno ili djelove navedenog dostupnim Savezu za potrebe produkcije sopstvenih materijala za promotivne svrhe.

### **IV – Meč koordinatori**

Svaki klub mora imenovati osobu zaduženu za organizaciju utakmice, medijska pitanja i aktivnosti (meč koordinator) kako bi koordinisao operacije između klubova, Saveza i medija u skladu sa ovim pravilnikom. Meč koordinator mora osigurati da su prostori koji se koriste za organizaciju utakmice, za rad medija i usluge u skladu sa zahtijevanim standardima. Meč koordinator mora biti prisutan na svim mečevima (kod kuće i na strani) kako bi koordinisao sve medijske aranžmane uključujući konferencije prije i nakon utakmice, kao i intervju i saraduje sa službenim licima Saveza na licu mjesta ukoliko je isti delegiran za utakmicu.

Meč koordinator gostujućeg kluba mora poslati listu sa zahtjevima za akreditacije meč koordinatoru kluba domaćina najkasnije dan (24h) prije odigravanja utakmice. Meč koordinator mora osigurati da zahtjevi za akreditacije dolaze od aktivnih (bona fides) medija.

Mjesta u novinarskoj loži rezervisana su isključivo za predstavnike medija definisane u stavu 2 ovog člana i klubovi nisu obavezni da izdaju akreditacije predstavnicima kladioničarskih kuća.

Dodatno, poželjno je da klub za koordinaciju svih aktivnosti na utakmicama Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore angažuje dvije osobe – koordinatora za organizaciona pitanja i koordinatora za medijska pitanja i aktivnosti.

### **V – Konferencije dan prije utakmice**

Klubovi čije utakmice direktno prenosi vlasnik prava prenosa moraju održati konferenciju za novinare dan prije odigravanja utakmice. Dodatno, ukoliko postoji interesovanje medija za održavanje konferencije za novinare od strane klubova čija utakmica neće biti predmet direktnog prenosa u odnosnom kolu, klubovi mogu iste organizovati na stadionu ili bilo kojem prostoru koji sami odrede za te potrebe.



Termini konferencija za novinare klubova čija utakmica se direktno prenosi moraju biti usaglašeni između klubova i shodno zahtjevima vlasnika prava prenosa. Konferencije se moraju održati između 10:00 i 18:00 časova i izuzeci od ovog pravila moraju biti unaprijed dogovoreni sa Savezom.

Konferencijama moraju prisustvovati šefovi stručnog štaba i najmanje jedan igrač. Ukoliko je šef stručnog štaba suspendovan, na konferenciji za novinare dan prije utakmice zamijenit će ga asistent u stručnom štabu. Klubovi su zaduženi da obezbijede neophodnu tehničku infrastrukturu i servise za potrebe održavanja konferencije za novinare.

Ukoliko jedan od klubova organizuje dodatne medijske aktivnosti na dan prije odigravanja utakmice, kao što je miks zona, iste će se smatrati dopunom konferenciji za novinare ali ne i zamjenom za nju.

Dodatno, konferencija se može, u zavisnosti od pristunog broja medijskih predstavnika organizovati i u formi fleš intervju (intervju na nivou terena) uz obavezno korišćenje reklamnog panoa.

## **VI – Uslovi za rad medija**

Klubovi moraju obezbijediti adekvatne uslove za rad medija, dok specifični zahtjevi mogu biti dodatno definisani od strane Saveza.

Dovoljan broj sjedišta u pokrivenom dijelu stadiona mora biti obezbijeđen za pisane medije u odvojenoj i obezbijeđenoj zoni centralno lociranoj na zapadnoj ili istočnoj tribini sa nesmetanim pogledom na teren za igru. Sva sjedišta sa stolovima moraju biti opremljena strujnim i internet priključcima (kabl ili Wi-Fi) sa stolom koji je dovoljan da se postavi lap-top računar i sveska/blok/rokovnik. Dodatno, za potrebe medija mora biti obezbijeđeno minimum 15 sjedišta bez stolova, lociranih u dijelu tribina koji se nalazi između linija i šesnaesterca.

Predstavnici medija koji nisu vlasnici prava prenosa, ukoliko uslovi to dozvoljavaju, mogu biti smješteni na mjestima koja nemaju stolove. Televizijske kuće koje nijesu vlasnici prava prenosa mogu snimati utakmice za potrebe izvještaja i priloga, dok je emitovanje sadržaja uživo ili u odloženom snimku zabranjeno. Maksimalna dužina trajanja priloga prikazanih u programima televizija koje nisu vlasnici prava prenosa, a koja sadrži kadrove utakmice (bez izjava nakon utakmice) je 3 minuta (180 sekundi).

## **VII – Intervjui i prezentacije na nivou terena**

Klubovi moraju staviti na raspolaganje šefa stručnog štaba i najmanje jednog igrača za kratke intervjuje dan prije odigravanja utakmice, i to za utakmice koje se direktno prenose od strane vlasnika prava prenosa.

Tokom trajanja utakmice nije dozvoljeno obavljanje intervjuja na terenu za igru ili u njegovoj neposrednoj blizini. Po dolasku timova na stadion, na poluvrmenu, super fleš (intervjui neposredno po završetku utakmice) i fleš intervjui (intervjui po povratku timova u svlačionice) mogu se obavljati na lokacijama koje su unaprijed određene od strane Saveza, a uz konsultacije sa klubom.

Šef stručnog štaba mora biti na raspolaganju prije početka utakmice za kratak intervju sa vlasnikom prava prenosa. Ovi intervjui moraju biti obavljani prije završetka zagrijavanja ekipa uoči utakmice, a najkasnije 45 minuta prije početka utakmice.

Dozvoljeni su intervjui sa igračima prije početka utakmice ali isključivo do početka zagrijavanja ekipa za utakmicu, a najkasnije 45 minuta prije početka utakmice.

Na poluvremenu je moguće obaviti intervju sa šefom stručnog štaba ili asistentom, i to je predmet dogovora.

Super fleš intervjui obavljaju se nakon završetka utakmice u definisanoj zoni koja se nalazi u blizini terena ili u prostoru između terena i svlačionica. Klub mora obezbijediti raspoloživost šefa stručnog štaba ili ključnog igrača (igrača koji je imao odlučujući uticaj na ishod ili rezultat utakmice) za najmanje jedan super fleš intervju sa vlasnikom prava prenosa.

Igrači moraju obaviti intervju sa vlasnicima prava prenosa prije nego što obave intervju za kanale komunikacija u vlasništvu klubova.

### **VIII - Konferencija za novinare nakon utakmice**

Konferencija za novinare nakon utakmice mora startovati najkasnije 20 minuta nakon završetka utakmice. Klub domaćin dužan je da obezbijedi neophodne tehničke uslove i servise. Klubovi moraju obezbijediti prisustvo šefa stručnog štaba na konferenciji. Izuzetno, ukoliko je šef stručnog štaba isključen za vrijeme utakmice konferenciji za novinare može prisustvovati asistent u stručnom štabu.

Dodatno, konferencija se može organizovati i u formi fleš intervju (intervju na nivou terena) uz obavezno korišćenje reklamnog panoa.

### **IX – Svlačionice**

Timske svlačionice su zona koja je van dostupnosti za predstavnike medija prije, za vrijeme i nakon završetka utakmice. Izuzetno, jedna kamera vlasnika prava prenosa kao i zvanični fotograf FSCG (ukoliko je prisutan na stadionu) mogu ući u svlačionice prije početka utakmice u vrijeme koje je dogovoreno sa klubovima kako bi obavili snimanje opreme za igrače. Ovo snimanje mora se završiti najmanje pola sata prije dolaska timova na stadion.

### **X – Teren za igru i tehnička zona**

Predstavnicima medija nije dozvoljen pristup terenu za igru prije, za vrijeme ili nakon završetka utakmice sa izuzetkom kamere koja obavlja snimanje startnih postava prije početka utakmice i do dvije kamere vlasnika prava prenosa koje snimaju nakon završetka utakmice, uključujući i produžetke i izvođenje penala. Isto se odnosi i na tunel za izlazak igrača na teren i zonu svlačionica, sa izuzetkom super fleš intervju i kamera vlasnika prava prenosa koje snimaju sljedeće aktivnosti:

- dolazak timova na stadion (ne dalje od ulaska u svlačionicu),
- igrače u tunelu prije izlaska na teren (prije utakmice),
- igrače koji se vraćaju na teren za početak drugog poluvremena.

U kontekstu masovnih medija, ograničenom broju fotoreportera, kamermana i osoblja produkcije (od kojih svi imaju adekvatne akreditacije) dozvoljen je rad u dijelu koji se nalazi između granica terena za igru i tribina.

Klubovi moraju ostvariti maksimalnu saradnju u ispunjavanju dodatnih medijskih aktivnosti kao što su:

- pojedinačni zahtjevi od strane vlasnika prava prenosa za intervju i pristup treninzima (ukoliko su zainteresovani za ovu aktivnost),
- zahtjevi od strane Saveza po pitanju otvorenih medijskih dana,

- obezbjeđivanju dostupnosti šefa stručnog štaba i dva ključna igrača za intervju sa Savezom koji će se distribuirati vlasnicima prava prenosa.

## **XI – Vlasnici prava prenosa**

Klubovi imaju određene obaveze kada su u pitanju vlasnici audio-vizuelnih prava za mečeve.

Klub mora obezbijediti, bez naknade, vlasniku audio-vizuelnih prava svu neophodnu tehničku pomoć, objekte-prostorije, napajanje električnom energijom i pristup za tehničko osoblje. Vrste priključaka i pozicije precizno su definisane Smjernicama za televizijsku produkciju.

Medijski zahtjevi Saveza uključuju objekte/prostorije koji su navedeni u Smjernicama za medijska prava, ali nisu limitirani samo na njih. Klub ne može naplatiti vlasniku audio-vizuelnih prava ili bilo kojem medijskom partneru Saveza instalacione troškove za potrebe produkcije.

Klub je dužan da obezbijedi uslove za postavljanje platformi za kamere, studija i komentatorskih pozicija uključujući, ukoliko je to potrebno, i uklanjanje sjedišta ili izuzimanje određenog broja sjedišta iz prodaje. Bilo koja dodatna konstrukcija, kao što su skele, moraju biti provjerene i odobrene od strane nadležnih organa. Produkcijski planovi, uključujući pozicije kamera i komentatora, biće potvrđeni klubovima najkasnije tri dana prije odigravanja utakmice.

Objekti/prostorije koje klub mora obezbijediti za potrebe vlasnika audio-vizuelnih prava opisane su u Smjernicama za medijska prava.

## **XII – Produkcijski zahtjevi**

Kako bi se osigurao visok standard pokrivenosti svih mečeva mora postojati minimum pozicija za kamere za potrebe vlasnika prava prenosa kao i dodatne dostupne pozicije za vlasnike audio-vizuelnih prava kako bi se dopunila pokrivenost, koje su opisane Smjernicama za medijska prava koja su sastavni dio ovog pravilnika.

## **XIII – Medijski partneri klubova**

Audio reporterima nije dozvoljen pristup terenu za igru niti mogu imati pristup terenu, tunelu, svlačionicama ili zoni za fleš intervju. Njima je omogućeno prisustvo konferenciji za novinare.

Zahtjevi za audio (radijske) akreditacije moraju biti poslani klubu najkasnije tri dana prije odigravanja utakmice.

## **XIV – Pisani mediji**

Ova sekcija odnosi se na medije koji nisu pokriveni članom XI ovog aneksa i koji izvještavaju u pisanoj formi bez razlike u odnosu na platformu koju koriste (novine, internet stranice, mobilne aplikacije/portali).

Klubovi treba da prihvate zahtjeve za akreditacije poslate od strane pisanih medija i da im obezbijede pristup konferenciji za novinare nakon utakmice, pod uslovima da ne „pokrivaju“ utakmicu (uključujući konferenciju za novinare) uživo zvukom i/ili slikama.

Dodatno, osobe koje obavljaju poslove za potrebe kladioničarskih kuća ne smatraju se novinarima i nije im omogućen pristup medijskim prostorima (novinarskoj loži i zoni za rad predstavnika medija).

## **XV – Fotoreportereri**

Ograničen broj fotoreportera može obavljati posao u prostoru iz reklamnih panoa na pozicijama koje su određene od strane meč koordinatora domaćeg kluba. Fotoreportereri mogu promijeniti poziciju (stranu terena) samo za vrijeme pauze između dva poluvremena ili prije početka i između produžetaka (ukoliko se isti igraju).

Klub mora obezbijediti fotoreporterima stolice na nivou terena i kablovsku ili Wi-Fi internet konekciju na stadionu. Internet konekcija mora biti obezbijedena bez plaćanja naknade za korišćenje.

Fotoreportereri mogu prisustvovati konferencijama za novinare prije utakmice i nakon utakmice i njihovo prisustvo ovim aktivnostima podliježe prostornim ograničenjima.

Svi fotoreportereri moraju preuzeti odgovarajući prsluk prije početka utakmice i isti vratiti nakon završetka utakmice. Prsluk se mora nositi cijelo vrijeme i to na način da se jasno vidi broj koji se nalazi na poledini ili prednjoj strani prsluka.

Fotografije načinjene od strane akreditovanih fotoreportera mogu biti objavljene online (uključujući internet stranice i mobilne aplikacije/portale) i moraju zadovoljavati sljedeće kriterijume:

- moraju se pojavljivati isključivo kao slike a ne kao pokretne slike ili kvazi video fajlovi,
- mora se poštovati razmak u objavljivanju fotografija od najmanje 20 sekundi.

## **XVI – Principi za medije**

### **Poštovanje terena za igru**

Sva oprema i kompletno osoblje moraju biti pozicionirani na način da ne predstavljaju opasnost za igrače ili sudijski tim. Teren za igru mora biti „čist“ od kamera, kablova i osoblja koje predstavlja medije. Uobičajene medijske lokacije prikazane su u aneksu 2.

### ***Poštovanje zvaničnika utakmice***

Oprema i osoblje medija ne smiju ometati vidno polje i kretanje, odnosno ne smiju stvarati zabunu, kod zvaničnika utakmice ili igrača i trenera.

### **Poštovanje gledalaca**

Medijska oprema i osoblje ne smiju ometati gledaocima pogled na teren. Kamere ne smiju snimati publiku na način koj bi predstavljao bilo kakvu opasnu aktivnost.

### ***Poštovanje igrača i trenera***

Mediji moraju poštovati potrebe igrača i trenera. Intervjui mogu biti obavljani isključivo izvan tehničke zone u prostorima koji su definisani i odobreni od strane FSCG. Reportereri ne smiju prilaziti igračima i trenerima za intervju tokom trajanja utakmice.

### ***Poštovanje ostalih medija***

Svi predstavnici medija moraju poštovati potrebe ostalih kolega prisutnih na utakmici.

## **Aneks 2 – Smjernice za medijska prava**

### **I Definicije**

Za potrebe Smjernica za medijska prava definišemo značenje sljedećih termina:

<b>Odložena prava</b>	Označavaju prava koja se ne odnose na prenos uživo utakmica kod kuće i u gostima u kojima učestvuje klub.
<b>Fiksna medijska prava</b>	označava pravo na produkciju i upotrebu snimka utakmice u bilo kojem mediju poznatom u ovom momentu ili koji se izmisli nakon ovog (uključujući video kasete, DVD, blue ray, HD-DVD, CD i fleš memorije) i/ili bilo koji zaštićeni format koji se preuzima, bilo da je za prodaju ili korišćenje.
<b>Prava uživo</b>	označava prava na prenos uživo mečeva u kojima učestvuje klub.
<b>Medijska prava</b>	označava prava koja su definisana članom 4 stavom e pravilnika.
<b>Audio partneri kluba</b>	označava partnera/e koje klub može angažovati ili imenovati za korišćenje audio prava u odnosu na domaće utakmice koje igra klub.
<b>Zvanične platforme kluba</b>	označavaju bilo koji zvanični servis kluba (koji je dio brenda kluba i koji je isključivo posvećen klubu) dostupan na bilo kojoj medijskoj platformi (npr zvanična internet stranica kluba).
<b>FSCG medijski partner</b>	označava partnera/e koje FSCG može angažovati ili imenovati za eksploataciju određenih medijskih prava, uključujući treću stranu – agencije, emitere, internet servis provajdere, operatore platformi, operatore mobilnih mreža i/ili medijske producente/distributere.

### **II Uvod**

#### **Član 1**

Medijska prava za Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore biće ekskluzivno i centralizovano ponuđena na tržištu od strane Saveza.

#### **Član 2**

Zvanične platforme klubova i/ili audio partneri mogu (zavisno od dostupnosti, saglasnosti sa obavještenjem o rokovima/uslovima postavljenim od strane Saveza i/ili plaćanja razumnih tehničkih troškova):

- koristiti komentatorske pozicije,
- imati pristup konferenciji za novinare.

#### **Član 3**

Na događaju za koji je ograničena mogućnost pristupa prioritet imaju medijski partneri Saveza, zatim zvanične platforme klubova i/ili audio partneri klubova i na kraju (isključivo pristup konferenciji za novinare) imaju mediji koji nisu vlasnici prava prenosa.

## **Član 4**

Produksijska prava koja nisu predviđena članom 2 nisu dostupna za zvanične platforme klubova i/ili audio partnere. Odluke vezane za ova pitanja, a koje se donose na licu mjesta, u nadležnosti su Saveza uz konsultacije za relevantnim klubom.

Dodatno, klubovi mogu imati pristup, preko Saveza, sirovim materijalima sopstvenih mečeva pod uslovima koje određuje Savez (na lokaciji koja je pogodna emiteru signala) u svrhu eksploatacije medijskih prava u saglasnosti sa ovim Smjernicama za medijska prava. Zahtjev za pristup sirovim materijalima potrebno je poslati Savezu i biće omogućen pod uslovima koje određuje Savez.

### **III Opšti uslovi (važe za sva medijska prava koja koriste klubovi)**

## **Član 5**

Svi komercijalni ugovori koje sklope klubovi u svrhu eksploatacije medijskih prava moraju sadržati ove Smjernice za medijska prava kako bi bile obavezujuće za klub, njihove zvanične platforme, audio partnere i dobavljače.

Klub je odgovoran prema Savezu za poštovanje svih mjera od strane njihovih zvaničnih platformi, audio partnera i dobavljača.

## **Član 6**

Klub može eksploatisati odložena medijska prava bez vremenskih ograničenja (doživotno) pod uslovima koje postavljaju ove Smjernice za medijska prava.

Klubovi ne mogu kreirati programe ili proizvode koji bi bili konkurenti sa bilo kojim programom ili proizvodom centralizovanim od strane Saveza. Dodatno, prava eksploatisana od strane kluba, uključujući relevantne programe/proizvode, ne mogu biti dio mečeva u kojima klub ne učestvuje.

Sva prava eksploatisana od strane kluba, zvanične platforme i/ili audio partnera moraju imati brending kluba (sa ciljem da se ne kreira program/proizvod koji je konkurentan sa bilo kojim programom/proizvodom koji je centralizovan od strane Saveza).

## **Član 7**

Klub, zvanična platforma i/ili audio partner ne mogu koristiti logo, ime, tipografiju i ostale dizajne, uključujući fotografije bilo koje zvanične lopte ili grafike, vezane za odnosna takmičenja.

Savez naglašava da će u praksi biti dozvoljeni sljedeći izuzeci od ovog pravila:

a – bilo koja grafika i bilo koji „kredit“ uključeni od strane vlasnika prava prenosa u sirovi signal (kako bilo, nije dozvoljena upotreba relevantnih sekvenci otvaranja i zatvaranja takmičenja, odbojnika za utakmicu i odbojnika za pauzu) i

b – upotreba naziva Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore u standardnoj tipografiji u opisnom smislu kako bi se informisao korisnik o uključenosti relevantnog sadržaja ili čisto u editorijalne svrhe.

Nijedna zvanična platforma ili audio partner kluba ne može se predstavljati kao partner Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore i ne smiju na bilo koji način, direktno ili indirektno, asociirati svoju ili povezanost trećih lica, proizvoda ili servisa sa evropskim Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore.

## Član 8

Sva intelektualna prava u Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupu Crne Gore kroz slike i video, kao i ime, logo, branding i materijali Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupa Crne Gore ostaju ekskluzivno vlasništvo Saveza.

## Član 9

Klub mora osigurati da nema miješanja u sirovi materijal kroz, na primjer, dodavanje, uklanjanje, editovanje ili modifikovanje bilo koje grafike, kredita ili drugih branding elemenata, sa sljedećim izuzecima:

a – klub i/ili njihova zvanična platforma mogu dodati svoju standardnu identifikaciju kroz postavljanje logoa u uglu ekrana na način da ne remeti bilo koju grafiku ili informaciju uključenu u sirovi signal, i

b – klub i/ili njihova zvanična platforma mogu dodati vrijeme ili grafiku za rezultat i/ili naslove za komentatore ukoliko su isti pozicionirani na način da ne remete grafiku ili druge informacije koje su uključene u sirovi signal.

Klub mora uložiti maksimalne napore da osigura da zvanične platforme i/ili audio partneri spriječe pirateriju i/ili neovlašćenu upotrebu, re-emitovanje ili redistribuciju u cjelosti ili djelove bilo kojeg audio, vizuelnog i/ili audiovizuelnog materijala sa utakmica. U slučaju da takav materijal nije zaštićen klubu može biti zatraženo od strane Saveza da istog trenutka ukloni sadržaj iz odnosnog programa, proizvoda i/ili platforme.

Zvanične platforme i audio partneri klubova su podložni bilo kojim pravilnicima, smjernicama i/ili instrukcijama koje mogu biti izdate od strane Saveza s vremena na vrijeme, uključujući i kada je to relevantno, bilo koje pravilnike, smjernice i/ili instrukcije koje Savez može izdati za medijske partnere Saveza. Svi takvi pravilnici, smjernice i/ili instrukcije služiće u svrhu pojašnjavanja.

Sa ciljem da obezbijede Savezu uvid u eksploataciju medijskih prava vezanih za klubove, bilo koji klub koji eksploatiše ili namjerava da eksploatiše bilo koje medijsko pravo mora obezbijediti, na zahtjev Saveza, informacije o eksploataciji. Savez će, na zahtjev kluba, obezbijediti informacije vezane za eksploataciju od strane medijskih partnera Saveza. Klub koji odluči da ne eksploatiše medijska prava treba da o tome obavijesti Savez.

## IV Audio-vizuelna medijska prava

### Član 10

Kroz prepoznavanje tehnologija putem kojih se može distribuirati audio-vizuelni sadržaj Savez je implementirao pristup zasnovan na neutralnoj platformi. Medijska prava su okarakterisana koristeći pristup „vremenskog prozora“ (prava prenosa uživo razlikuju se u odnosu na odložena prava).

### Član 11

#### Prava Saveza

Savez je nosilac prava za eksploataciju svih audio-vizuelnih medijskih prava u odnosu na sve mečeve, uključujući prava na emitovanje uživo, najbolje momente i odloženo emitovanje i pridruženih komercijalnih prava, uključujući i neograničavajući, sve prilike za emitovanje sponzorskih i komercijalnih sadržaja u toku prenosa. Ova prava su ekskluzivna za Savez kroz embargo periode definisane članom 12 stav 2.

Klubovi nemaju pravo da kreiraju proizvode/programme koji su konkurentni sa audio-vizuelnim pravima uživo koja su centralizovana od strane Saveza. Na primjer, klub ne smije da kreira kvazi-video sadržaj uživo kroz kombinaciju audio/radio komentara i sekvencijalnih fotografija.

## Član 12

### Prava klubova

Klubovi nemaju pravo da koriste (eksploatišu) bilo koju formu audio-vizuelnih medijskih prava (bez obzira na način distribucije ili platformu) prije isteka relevantnog embargo perioda definisanog stavom 2 ovog člana.

Odložena prava (bilo da su klipovi ili programi) mogu se eksploatisati od strane klubova na neekskluzivnoj bazi od 12:00 časova (podne) dana koji dolazi nakon završetka kola (primjer: ukoliko se posljednji meč kola igra u subotu, ova prava se mogu koristiti od nedjelje u podne) i to pod sljedećim uslovima:

- a – Klipovi i/ili programi mogu se učiniti dostupnima na zvaničnim platformama klubova, uključujući i društvene mreže,
- b – klipovi i/ili programi mogu biti sponzorisani od strane trećih lica ali ne na način kojim se kreira direktna ili indirektna veza sa Telekom 1. CFL, Drugom ligom Crne Gore ili Kupom Crne Gore.

## Član 13

Klubovi imaju pravo da koriste odložena prava u programima kreiranim i brendiranim od strane kluba na platformama trećih lica na neekskluzivnoj bazi od 12:00 časova dan nakon završetka prvenstvenog kola. Pojedinačni programi ne mogu sadržati više od 50% sadržaja koji se odnosi na Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore. Bilo koji takav program može biti sponzorisan od strane trećih lica, ali na način da ne kreira direktnu ili indirektnu vezu sa Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore.

## Član 14

### Fiksna medijska prava

Od 12:00 časova (podne) dana koji dolazi nakon završetka kola:

- a – Savez može eksploatisati fiksna medijska prava u odnosu na sve mečeve na neekskluzivnoj bazi ali ne može kreirati proizvode fokusirane na jedan klub,
- b – klub može eksploatisati fiksna odložena medijska prava na neekskluzivnoj bazi putem proizvoda posvećenih i brendiranih od strane kluba (npr. klupska istorija). Takvi proizvodi mogu biti sponzorisani od strane trećih lica ali na način da ne kreira direktnu ili indirektnu povezanost sa Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore.

## Član 15

### Audio prava

Savez može neekskluzivno eksploatisati audio prava svih mečeva ali isključivo kao dio dozvole medijskih prava za medijske partnere Saveza na neutralno baziranoj platformi. Savez će klubovima blagovremeno dostaviti imena medijskih partnera. Klubovi ne mogu naplatiti bilo kakvu naknadu medijskim partnerima Saveza.



Klubovi mogu neekskluzivno eksploatisati audio prava sa njihovih domaćih mečeva preko njihovih zvaničnih platformi.

Dodatno, klub može odobriti neekskluzivna prava za domaće mečeve svojim audio partnerima.

Na zahtjev gostujućeg kluba, domaći klub mora odobriti audio partnerima gostujućeg kluba (identifikovani od strane gostujućeg kluba) audio prava i to po cijeni tehničkih troškova.

Svi audio partneri klubova moraju imati obezbijeđene odgovarajuće tehničke uslove i komentatorske pozicije na stadionu.

Ne smije biti direktne i/ili indirektna povezanosti programa i sadržaja trećih lica sa Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore. Posebno, klub mora osigurati da njihove zvanične platforme i audio partneri ne prodaju nikakvu sponzorstvo ili povezanost sa programima koji uključuju Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kup Crne Gore i/ili samu Telekom 1. CFL, 2. CFL i Kupom Crne Gore.

## **Član 16**

### **Obavezne pozicije za kamere**

#### **Glavna kamera**

Glavna kamera nalazi se na glavnoj tribini i pozicionirana je tačno na sredini igrališta. Na platformi za glavnu kameru mora se obezbijediti prostor za smještaj najmanje tri kamere. Kamere na glavnoj platformi ne smiju biti usmjerene prema suncu.

#### **Središnja kamera na nivou terena**

Fiksna kamera koja se nalazi na nivou terena u blizini aut linije i koja se koristi za krupne kadrove. Ukoliko je predloženo da se ova kamera locira između klupa za rezervne igrače mora se pronaći solucija po kojoj će četvrti sudija i klupe imati nesmetan pogled na kompletan teren za igru.

#### **Kamere na 16 metara**

Dvije kamere koje se nalaze na glavnoj tribini ili adekvatnoj platformi na istom nivou (visini) na kojem se nalazi glavna kamera, locirane u liniji šesnaesterca.

#### **Kamere iza gola na nivou terena**

Klubovi moraju obezbijediti dva prostora iza oba gola, jedan na bližoj jedan na daljoj strani od glavne kamere, za potrebe smještaja dvije kamere i ENG kamera vlasnika audio vizuelnih prava. Obje zone moraju biti najmanje deset metara dugačke i dva metra široke i moraju biti u prostoru od linije peterca prema korner zastavici.

#### **Kamera za suprotni ugao**

Jedna kamera locirana na tribinama ili na nivou terena na strani koja je suprotna glavnoj kameri platformi.

#### **Tunel kamera**

Kamera na fiksnoj poziciji, odobrena od strane delegata utakmice ili stručnih lica Saveza (ukoliko su delegirana za utakmicu) u zoni između terena za igru i svlačionica (ili tunela za izlazak igrača) koja se može koristiti isključivo za izlazak igrača za početak prvog i drugog poluvremena.

## Član 17

### Dodatne pozicije za kamere (na zahtjev produkcije)

#### **Kamera za klupe**

Jedna mobilna kamera, locirana izvan tehničke zone, na fiksnoj poziciji, osim ukoliko je drugačije dogovoreno, može se koristiti za snimanje klupa za rezervne igrače. Ova kamera može se koristiti i za snimanje igrača na terenu tokom postrojavanja i podbacivanja novčića, kao i za krupne kadrove igrača po završetku utakmice (npr. nakon produžetaka i udaraca sa bijele tačke).

#### **Beauty shot (panoramska) kamera**

Fiksna kamera montirana visoko na stadionu kako bi se obezbijedio statični panoramski snimak stadiona.

#### **Kamere iza gola na tribinama (visoko)**

Kamere smještene na tribini iza oba gola na visini koja omogućava vidljivost bijele tačke preko prečke gola.

#### **Kamere na 20 metara**

Dvije fiksne kamere na nivou terena postavljene na strani na kojoj se nalazi glavna kamera platforma u liniji 20 metara od gola. Ove kamere moraju biti postavljene tako da ne ometaju igrače, trenere i sudije i na način da imaju nesmetan pogled na sve uglove (kornere) terena. Kamere moraju biti postavljene iza linije izvučene od klupe za rezerve prema korner zastavici.

#### **Kamere na 6 metara**

Dvije kamere na nivou terena na visini od pet metara locirane na istoj strani na kojoj se nalazi glavna kamera platforma. Postavljanje ovih kamera zavisi od prostora i ukoliko postavljanje ovih kamera ne uzrokuje bilo kakve opstrukcije pogleda.

#### **Stedicams**

Ukoliko prostor dozvoljava, do dvije stedicams mogu se koristiti na obje strane terena i to na strani na kojoj se nalazi glavna kamera platforma. Ove kamere mogu snimati isključivo u zoni od gol linije do linije šesnaesterca.

#### **Mini kamere**

Mini kamere mogu se postaviti iza mreže gola i to na način da ne dodiruju mrežu. Mini kamera se može pričvrstiti za šipku koja drži mrežu ili za žicu koja povezuje mrežu sa vertikalnim podupiračem iza gola. Kamere se ni u kom slučaju ne smiju postavljati na mrežu, prečku i/ili stativu gola/golova.

## Član 18

### Opšte smjernice za operatere kamerama

Operateri kamerama (kamermani) moraj poštovati sljedeće principe tokom realizacije direktnog televizijskog prenosa utakmice:

- Kamermani ne smiju na bilo koji način ometati igrače i službena lica utakmice,
- Kamere ne smiju ometati vidno polje rezervnih igrača, tehničkog osoblja (stručnih štabova) i gledalaca,
- Kamere ne smiju predstavljati bilo kakav bezbjednosni rizik za igrače, tehničko osoblje (stručne štabove), gledaoce i osoblje vlanika prava prenosa,

- Kamere moraju biti postavljene na način na koji se ne krši bilo koji sigurnosni i bezbjednosni nacionalni propis,
- Sve kamere moraju poštovati minimalnu udaljenost od terena za igru od tri metra, osim ako nije drugačije usklađeno sa Savezom, a zavisno od uslova na samom stadionu,
- Kako bi se osigurala bezbjednost igrača sve kamere koje su postavljene na nivou terena moraju imati zaštitni sunđer koji nije brendiran na bilo koji način.

Svi operati kamera na nivou terena moraju nositi prsluk tokom cijelog trajanja prenosa koji im je obezbijeđen od strane kluba domaćina.

## Član 19

### Uslovi za rad medija

#### Komentatorske pozicije

Komentatorske pozicije moraju biti locirane na istoj strani na kojoj se nalazi glavna kamera platforma. Neophodno je obezbijediti jednu komentatorsku poziciju za sve mečeve i na svim stadionima. Komentatorske pozicije moraju imati tri sjedišta, sto i biti opremljene neophodnim strujnim priključcima, svjetlom i interent/telefonskom konekcijom. Pristup komentatorskoj poziciji mora biti bezbjedan i nedostupan gledaocima.

#### Posmatračka sjedišta

Vlasnik audio-vizuelnih prava prenosa može zahtijevati posmatračka sjedišta za akreditovano osoblje zaduženo za aktivnosti koje se obavljaju prije početka i nakon završetka utakmice (bez zaduženja tokom trajanja utakmice).

#### Studio sa pogledom na teren

Na zahtjev vlasnika audio-vizuelnih prava klub mora obezbijediti prostor za studio sa nesmetanim pogledom na teren za igru (npr. loža stadiona ili drugi prostori koji zadovoljavaju sigurnosne i bezbjednosne kriterijume).

#### Super fleš pozicije i prezentacije na nivou terena

Klub domaćin mora obezbijediti super fleš poziciju, dimenzija 3x3 metra, u prostoru koji se nalazi u neposrednoj blizini terena za igru za potrebe obavljanja fleš intervju nakon utakmice i prezentacija na nivou terena prije početka i na poluvremenu utakmice. Ovaj prostor mora biti opremljen neophodnim strujnim priključcima.

#### Napajanje električnom energijom

Tehnička struja (elektrodistributivna mreža) mora se obezbijediti u prostoru za smještaj reportažnih kola. Dodatno, klub mora obezbijediti zahtijevanu električnu energiju na komentatorskim pozicijama, studijima sa pogledom na teren, prezenterskim i fleš intervju pozicijama na nivou terena. Struja na navedenim pozicijama mora biti obezbijeđena bez naplate naknade za korišćenje.

#### Zona reportažnih kola

Klub domaćin mora obezbijediti parking zonu za potrebe smještaja reportažnih kola. Ova zona mora imati čist i neometan pogled na južni horizont. Parking prostor mora biti na istoj strani na kojoj se nalazi glavna kamera platforma i mora biti obezbijeđen i nedostupan navijačima/gledaocima. Podloga (beton ili asfalt) i postavka prostora mora biti zadovoljavajuća za potrebe parkiranja bilo kojeg reportažnog vozila.

### **Obezbjeđenje**

Sve razumne mjere obezbjeđenja neophodne za zaštitu zona koje koristi vlasnik audio-vizuelnih prava prenosa (uključujući, bez ograničenja, zonu reportažnih kola) su u nadležnosti kluba domaćina. Ove zone moraju biti nedostupne navijačima/gledaocima i moraju imati obezbjeđenje tokom cijelog dana, od momenta početka postavljanja do odlaska posljednjeg vozila iz zone reportažnih kola.

### **Kabliranje**

Klubovi moraju, u principu, obezbijediti neophodnu infrastrukturu za kabliranje (npr. mostove, kanalice, itd) kako bi omogućili vlasniku audio-vizuelnih prava postavljanje svih kablova na siguran i bezbjedan način. Dodatno, na stadionima na kojima postoji pre-cabling, isti mora biti ustupljen na korišćenje bez naknade.

### **Akreditacije**

Unaprijed dogovoren broj akreditacija biće obezbijeđen za potrebe vlasnika audio-vizuelnih prava prenosa. U svakom slučaju akreditacije će obezbijediti da se svi servisi mogu pružiti prije početka, za vrijeme i nakon završetka utakmice.

### **Parking**

U principu 10 parking mjesta mora biti obezbijeđeno za potrebe Saveza i to bez naknade. Broj i kategorija parking mjesta se određuju naknadno od strane Saveza i kluba domaćina. Ova parking mjesta moraju biti na dobroj poziciji.

## **Član 20**

### **Osvjetljenje**

Osvjetljenje od minimum od 1200 lux potrebno je za realizaciju direktnog televizijskog prenosa. U slučaju da reflektori podržavaju veći kapacitet, preporučuje se upotreba punog kapaciteta.

Reflektori u punom kapacitetu moraju biti upaljeni 30 minuta prije početka utakmice.

Dodatno, ukoliko se prvo poluvrijeme utakmice igra u periodu dana (pod dnevnom svjetlošću) reflektori se moraju upaliti, u punom kapacitetu, odmah po završetku prvog poluvremena utakmice.

Za potrebe realizacije medijskih aktivnosti koje se odvijaju po završetku utakmice na nivou ili neposrednoj blizini mora se obezbijediti osvjetljenje u punom kapacitetu, u trajanju od 20 minuta nakon završetka utakmice.

Za potrebe demontaže opreme korišćene za realizaciju televizijskog prenosa neophodno je ostaviti dovoljno osvjetljenje, kako bi vlasnik prava prenosa mogao nesmetano da obavi proces demontaže.

## **Član 21**

### **Navodnjavanje terena**

Navodnjavanje terena za igru je u nadležnosti kluba domaćina i ukoliko se sprovodi mora biti iskomunicirano sa gostujućim klubom, službenim licima utakmice i osboljem vlasnika prava prenosa.

Navodnjavanje terena može se vršiti u sljedećim vremenskim intervalnima:

- Prije početka utakmice, koje mora biti završeno 60 minuta prije početka utakmice,
- Nakon završetka zagrijavanja timova (15 minuta prije početka utakmice), u trajanju ne dužem od 5 (pet) minuta,

- Navodnjavanje na poluvremenu utakmice, u trajanju ne dužem od 5 (pet) minuta.

Prilikom navodnjavanja sve zone terena (obje polovine terena) moraju biti ravnomjerno tretirane.