



KODEKS PRAW, OBOWIĄZKÓW I OBECNOŚCI MARKETINGOWEJ CZŁONKA KADRY NARODOWEJ POLSKIEGO ZWIĄZKU ŻEGLARSKIEGO

ROZDZIAŁ 1 POSTANOWIENIA OGÓLNE

§ 1

1. Polski Związek Żeglarski (zwany dalej PZZ) określa prawa i obowiązki marketingowe zawodników Kadry Narodowej Polskiego Związku Żeglarskiego (zwanej dalej KN PZZ), w tym zasady zarządzania wizerunkiem, wykorzystania stroju reprezentanta kraju, udziału w działaniach promocyjnych oraz zasady udostępniania powierzchni reklamowych i rozmieszczania reklam na sprzęcie i stroju KN PZZ.
2. Niniejszy dokument definiuje prawa reklamowe wynikające ze współpracy marketingowej z podmiotami udzielającymi PZZ wsparcie m.in. finansowego, technicznego lub merytorycznego oraz lokalizację, rozmiar i układ reklam na stroju i sprzęcie członków KN PZZ, na podstawie regulacji 20.8.2 *Kodeksu Reklamowania World Sailing* i przepisów klasowych poszczególnych klas regatowych.
3. Celem kodeksu jest zapewnienie spójnej, profesjonalnej i godnej reprezentacji Polski, PZZ oraz partnerów strategicznych, technicznych i indywidualnych.

§ 2

1. Wizerunek członka KN PZZ na zasadach wyłączności jest udostępniony PZZ nieodpłatnie.
2. Każde jego użycie w celu wykorzystania do własnych celów marketingowych przez podmioty inne niż PZZ, wymaga zawarcia pisemnej umowy lub zgody w formie decyzji.

§ 3

PZZ ma wyłączne prawo dysponowania powierzchniami reklamowymi dostępnymi na stroju i sprzęcie KN PZZ, i może je udostępniać do czasowego używania podmiotom na zasadach wynikających z niniejszego kodeksu, w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa krajowego, World Sailing i klasowymi.

§ 4

1. Strojem reprezentanta kraju w żeglarstwie jest zestaw odzieży i akcesoriów określony i zatwierdzony przez PZZ, przeznaczony do oficjalnej identyfikacji zawodnika jako członka KN PZZ podczas wydarzeń sportowych, szkoleniowych, medialnych i wizerunkowych, zgodnie z zasadami określonymi w niniejszym kodeksie, w tym w załącznikach nr 1 i 2 do niniejszego kodeksu.
2. Strój reprezentanta kraju obejmuje elementy podstawowe i rozszerzone, opatrzone symbolami Rzeczypospolitej Polskiej, znakami graficznymi PZZ, partnerów i sponsorów PZZ oraz partnerów indywidualnych zawodnika KN PZZ zgodnie z obowiązującymi zasadami ekspozycji, o których mowa w § 6 i załączniku nr 3 do niniejszego kodeksu.
3. Strój reprezentanta kraju stanowi wyłączny i chroniony element wizerunku narodowego, a jego użycie jest obowiązkowe w sytuacjach określonych w § 6 pkt 6–10 niniejszego kodeksu.
4. Zawodnik KN PZZ zobowiązany jest korzystać wyłącznie z aktualnego wzoru stroju reprezentanta kraju oraz utrzymywać go w należytych stanie technicznym i estetycznym. Modyfikowanie stroju, zasłanianie znaków lub ingerencja w układ identyfikacji wizualnej jest zabronione.
5. Strój reprezentanta kraju jest integralnym elementem obecności marketingowej zawodnika KN PZZ, a jego niewłaściwe użycie może skutkować konsekwencjami określonymi w § 17 niniejszego kodeksu oraz w *Karcie reprezentanta Polskiego Związku Żeglarskiego*.

ROZDZIAŁ 2 PRAWA MARKETINGOWE ZAWODNIKA KN PZZ

§ 5

Zawodnik KN PZZ ma prawo do:

- 1) uzyskiwania informacji i konsultacji w zakresie statusu marketingowego oraz zasad ekspozycji partnerów i sponsorów PZZ oraz partnerów indywidualnych;
- 2) zgłaszania partnerów indywidualnych i ubiegania się o zgodę na ich promocję;
- 3) zgłaszania wniosków i odwołań do wydziału Biura PZZ właściwego ds. marketingu.

ROZDZIAŁ 3 OBOWIĄZKI MARKETINGOWE ZAWODNIKA KN PZZ

§ 6

Zawodnik KN PZZ zobowiązany jest do:

- 1) godnego reprezentowania barw narodowych, PZZ oraz jego partnerów i sponsorów w każdej formie aktywności – sportowej, medialnej i marketingowej;
- 2) udostępnienia PZZ wizerunku w stroju reprezentanta kraju, którego wzór określają załączniki nr 1 i 2 do niniejszego kodeksu, na wszystkich znanych polach eksploatacji;
- 3) niekorzystania z praw osobistych pełniąc rolę zawodnika KN PZZ, w szczególności z prawa do nazwiska, pseudonimu, tytułu i zdjęć w stroju reprezentanta kraju bez zgody PZZ;
- 4) niewykorzystywania wizerunku zawodnika KN PZZ w stroju reprezentanta kraju na prywatnych profilach mediów społecznościowych; PZZ może jednak – w przypadku zawodników indywidualnych lub załóg – udzielić zgody na publikowanie wizerunku zawodnika KN PZZ w stroju reprezentanta na prywatnym profilu, pod warunkiem umieszczenia w opisie profilu informacji, że właściciel/właściciele jest/są zawodnikiem/zawodnikami KN PZZ, reprezentantem/reprezentantami kraju w żeglarstwie, finansowanym/finansowanymi przez PZZ oraz ministerstwo właściwe ds. kultury fizycznej;
- 5) korzystania wyłącznie z zaakceptowanego wzoru stroju reprezentanta kraju, którego wzór określa załącznik nr 1 do niniejszego kodeksu oraz w sytuacjach wskazanych w załączniku nr 2 do niniejszego kodeksu;
- 6) noszenia stroju reprezentanta kraju podczas zgrupowań, wszystkich zawodów sportowych i wydarzeń towarzyszących, podróży służbowych, konferencji prasowych, wystąpień medialnych oraz innych przedsięwzięć wskazanych przez PZZ:
 - a) w przypadku imprez sportowych odbywających się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej – od momentu otwarcia do zamknięcia zawodów;
 - b) w przypadku imprez sportowych poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej – od momentu wyjazdu na zawody, do momentu powrotu do kraju;
 - c) w przypadku wywiadów, konferencji prasowych, uroczystości urzędowych oraz innych aktywności wizerunkowych przeprowadzonych przez organizatora zawodów lub PZZ, jakie pozostają w bezpośrednim związku z imprezą sportową, a odbywają się przed i po zamknięciu zawodów, a w przypadku zawodów odbywających się poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przed i po powrocie do kraju – od momentu rozpoczęcia do momentu zakończenia wskazanych aktywności;
 - d) w przypadku zgrupowań na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej – od momentu przyjazdu do ośrodka szkoleniowego do momentu wyjazdu;
 - e) w przypadku zgrupowań poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej – od momentu wyjazdu zawodnika na zgrupowanie do momentu powrotu do kraju;
 - f) w każdej innej oficjalnej sytuacji wskazującej na pełnienie roli członka KN PZZ – przez cały czas trwania wydarzenia lub przedsięwzięcia bez ograniczeń czasowych;
- 7) udziału w konferencjach prasowych i spotkaniach z mediami organizowanych w ramach wydarzeń finansowanych przez PZZ i na rzecz zawodnika KN PZZ oraz związanych z realizacją jego programu szkoleniowego, o czym zawodnik zostanie poinformowany minimum 3 tygodnie przed terminem wydarzenia;

- 8) udziału minimum 2 razy w roku w innych wydarzeniach jak wywiady, sesje zdjęciowe, konferencje, podcasty, wydarzenia specjalne, kampanie społeczne, akcje promocyjne, nagrania wideo, targi branżowe oraz pozostałych niewymienionych działaniach promocyjnych i marketingowych wskazanych przez PZZ, o czym zawodnik zostanie poinformowany minimum 3 tygodnie przed terminem wydarzenia;
- 9) udziału minimum 2 razy w roku w projektach i programach realizowanych przez PZZ w ramach realizacji zadań statutowych lub mających na celu realizację świadczeń wynikających z zawartej umowy z partnerem lub sponsorem PZZ;
- 10) udziału w szkoleniach organizowanych przez wydziały Biura PZZ właściwe ds. marketingu i komunikacji;
- 11) stosowania zasad rozmieszczenia reklam partnerów i sponsorów PZZ na stroju i sprzęcie KN PZZ, które określa załącznik nr 3 do niniejszego kodeksu;
- 12) uzyskania zgody PZZ na udostępnienie powierzchni reklamowej dla partnerów indywidualnych;
- 13) przestrzegania proporcji ekspozycji znaków (minimum 70% powierzchni dla PZZ oraz jego partnerów i sponsorów, maksimum 30% dla partnerów indywidualnych zawodnika KN PZZ);
- 14) reklamowania oficjalnych partnerów i sponsorów PZZ zgodnie z zawartymi przez niego umowami sponsoringowymi, poprzez noszenie stroju reprezentanta kraju w miejscach i czasie określonych w § 6 pkt 6 niniejszego kodeksu;
- 15) bieżącego kontaktu z wydziałem Biura PZZ właściwym ds. komunikacji obejmującego:
 - a) niezwłoczne udzielanie odpowiedzi na pytania organizacyjne dotyczące zawodów, jak np. zakończenie czasu protestowego, wyjaśnienie sytuacji w konkretnym wyścigu;
 - b) niezwłoczne (w ciągu godziny od otrzymania zapytania) przesyłanie odpowiedzi, za pośrednictwem korespondencji e-mail lub obowiązujących w PZZ komunikatorów, na pytania po zakończeniu zawodów dotyczące relacji z regat i interpretacji osiągniętego wyniku;
 - c) nagrywanie krótkich materiałów wideo zgodnie z wytycznymi przekazanymi przez wydział Biura PZZ właściwy ds. komunikacji;
- 16) używania określonych przez wydział Biura PZZ właściwy ds. komunikacji oznaczeń profili (@) i hashtagów (#) na profilach mediów społecznościowych zawodników KN PZZ;
- 17) umieszczania logo PZZ i ministerstwa właściwego ds. kultury fizycznej, we własnych materiałach promocyjnych związanych z pełnieniem roli członka KN PZZ jak np. strona internetowa, media społecznościowe, blog, vlog itp.;
- 18) publicznego informowania, w szczególności podczas wystąpień publicznych, konferencji i wszelkich działań medialnych, o roli PZZ i ministerstwa właściwego ds. kultury fizycznej, jako partnera wspierającego przygotowania zawodnika;
- 19) podpisania i przestrzegania *Karty reprezentanta Polskiego Związku Żeglarskiego*.

ROZDZIAŁ 4 PRAWA REKLAMOWE PARTNERÓW I SPONSORÓW

§ 7

1. Zawodnik powołany do KN PZZ udziela PZZ wyłączonej, nieodpłatnej zgody na korzystanie ze swojego wizerunku w stroju reprezentanta kraju, w celach promocyjnych, marketingowych i gospodarczych, zgodnie z przepisami *Ustawy z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie*.
2. Zakres i zasady wykorzystania wizerunku zawodnika w stroju reprezentanta kraju przez partnerów i sponsorów PZZ określają indywidualne umowy zawarte pomiędzy PZZ a danym podmiotem.
3. Prawo do korzystania z wizerunku zawodnika KN PZZ w ramach współpracy sponsorskiej przysługuje partnerom i sponsorom PZZ wyłącznie przez okres obowiązywania stosownej umowy. Prawo to nie obejmuje prawa do posługiwania się wizerunkiem pojedynczego zawodnika z jednoczesnym wskazaniem jego imienia i nazwiska lub samego imienia i nazwiska.
4. Wykorzystywanie przez partnerów i sponsorów PZZ prawa do wizerunku członków KN PZZ może w szczególności polegać na: utrwalaniu, zwielokrotnianiu, przetwarzaniu, umieszczaniu w folderach, ulotkach, POS i innych materiałach promocyjnych, w treści których umieszczony jest znak towarowy bądź inne oznaczenie identyfikujące partnera lub sponsora, bądź oferowane przez niego towary lub usługi wraz ze wskazaniem tytułu przyznanego przez PZZ w ramach zawartej umowy.

5. Partnerom i sponsorom PZZ przysługuje prawo do utrwalania wizerunków członków KN PZZ:
 - 1) podczas trwania zawodów;
 - 2) podczas oficjalnych działań promocyjnych i marketingowych.
6. Każdy zawodnik ubiegający się o miejsce w KN PZZ lub Reprezentacji Olimpijskiej wyraża zgodę na publiczne rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentanta kraju w rozumieniu art. 81 *Ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych* oraz art. 14 ust. 3 *Ustawy z dn. 25 czerwca 2010 r. o sporcie*.
7. Zawodnik może wykorzystywać swój wizerunek w stroju reprezentanta kraju do celów własnych lub komercyjnych wyłącznie po uprzednim uzyskaniu zgody PZZ.

ROZDZIAŁ 5 REKLAMA

§ 8

1. Za reklamę przyjmuje się znaki graficzne jak logo, sygnet (godło), logotyp, slogan lub inną formę komunikacji promującą PZZ lub inny podmiot, który udzielił PZZ licencji na użycie jego znaku.
2. Symbole Rzeczypospolitej Polskiej są obowiązkowymi znakami graficznymi stosowanymi w identyfikacji wizualnej KN PZZ.

§ 9

PZZ wyróżnia kategorie podmiotów, którym może udostępnić powierzchnie reklamowe na sprzęcie i stroju KN PZZ:

- 1) partner I rzędu – sponsor strategiczny PZZ lub przygotowawca KN PZZ Seniorów i Juniorów, któremu przysługuje reklama na żaglach, kadłubie łodzi mieczowej, desce, kasku, lycrze i stroju reprezentanta kraju oraz samochodzie kadrowym;
- 2) partner II rzędu – sponsor główny PZZ lub przygotowawca KN PZZ Seniorów, któremu przysługuje reklama na żaglach, kadłubie łodzi mieczowej, desce, kasku, lycrze i stroju reprezentanta kraju oraz samochodzie kadrowym;
- 3) partner III rzędu – partner główny PZZ lub przygotowawca KN PZZ Seniorów, któremu przysługuje reklama na lycrze i samochodzie kadrowym;
- 4) partner IV rzędu – partner wsparcia technicznego lub oficjalny dostawca sprzętu dla PZZ lub KN PZZ Seniorów, któremu przysługuje reklama na bomie lub żaglu do deski lub desce w zależności od klasy i stroju reprezentanta kraju;
- 5) partner V rzędu – partner instytucjonalny PZZ lub przygotowawca KN PZZ Seniorów i Juniorów w postaci ministerstwa właściwego ds. kultury fizycznej, któremu przysługuje reklama na stroju reprezentanta kraju i samochodzie kadrowym;
- 6) partner VI rzędu – sponsor, partner lub fundator indywidualny (zwany dalej partnerem indywidualnym lub reklamą indywidualną) członka KN PZZ Seniorów i Juniorów, któremu przysługuje reklama na żaglu, desce i stroju reprezentanta kraju.

§ 10

PZZ określa przestrzenie reklamowe do umieszczania znaków graficznych na sprzęcie i stroju KN PZZ:

- 1) przestrzeń A - dla znaków graficznych przeznaczonych dla PZZ;
- 2) przestrzeń B - dla symboli RP z graficznym przedstawieniem orła białego lub barw białoczerwonych;
- 3) przestrzeń C - dla znaku graficznego partnera I, II i III rzędu;
- 4) przestrzeń D – dla znaku graficznego partnera IV rzędu;
- 5) przestrzeń E – dla znaku graficznego partnera V rzędu;
- 6) przestrzeń F – dla partnera VI rzędu.

§ 11

PZZ wraz z powołaniem zawodnika do KN PZZ, przekazuje informacje o liście reklam, które obligatoryjnie muszą być umieszczone na stroju i sprzęcie członków KN PZZ.

ROZDZIAŁ 6 REKLAMA NA STROJU KN PZZ

§ 12

1. PZZ może zapewnić strój reprezentanta kraju dla członków KN PZZ, w zależności od posiadanych środków finansowych. W przypadku niewystarczających funduszy PZZ zastrzega sobie prawo do ograniczenia lub rezygnacji z zapewnienia odzieży.
2. Na podstawowy strój KN PZZ składa się:
 - 1) koszulka polo w kolorze granatowym lub białym;
 - 2) koszulka treningowa w kolorze granatowym;
 - 3) lycra treningowa;
3. PZZ może rozszerzyć zakres zestawu stroju KN PZZ o dodatkowe elementy, które będą obowiązywały w okresie, na jaki dany zawodnik został powołany do KN PZZ.
4. Umieszczaniu reklam podlegają:
 - 1) dla koszulki polo: przód (po prawej i lewej stronie na wysokości piersi), rękawy, kołnierzyk, tył;
 - 2) koszulka treningowa: przód (po prawej i lewej stronie na wysokości piersi), rękawy, tył;
 - 3) lycra treningowa: przód, tył, boki.
5. Umieszczenie reklam na kołnierzyku lub innym elemencie odzieży w okolicach szyi jest zarezerwowane dla KN PZZ Seniorów.
6. Strój przekazany członkom KN PZZ, zostanie opatrzony symbolami PZZ, RP i reklamami partnerów I-V rzędu.
7. Reklamy partnerów indywidualnych członek KN PZZ zamawia i umieszcza zgodnie z niniejszym kodeksem, na swój koszt u rekomendowanego przez PZZ dostawcy.
8. Członek KN PZZ może zamówić we własnym zakresie dodatkowe egzemplarze poszczególnych elementów stroju KN PZZ na swój koszt u rekomendowanego dostawcy PZZ.
9. PZZ dopuszcza by członkowie KN PZZ zaopatrzyli się w dodatkowe egzemplarze stroju u innego dostawcy przy założeniu, że będą spójne ze wzorem stroju reprezentanta kraju przyjętym przez PZZ i przy zachowaniu zasad umieszczania znaków graficznych PZZ, RP, partnerów I-V oraz parametrów indywidualnych jak krój, kolor i gramatura. Wszystkie dodatkowe zamówienia są realizowane na koszt i odpowiedzialność zawodnika.
10. PZZ zastrzega prawo odmowy udziału członka KN PZZ w sytuacjach określonych w § 6 pkt 6 niniejszego kodeksu, w przypadku jeśli samodzielnie zamówiony strój nie będzie spełniał warunków określonych w powyższym punkcie.

ROZDZIAŁ 7 REKLAMA NA SPRZĘCIE KN PZZ

§ 13

1. Na podstawie *Zasad zakupu i zarządzania sprzętem w Polskim Związku Żeglarskim*, PZZ może wyposażać członka KN PZZ w sprzęt sportowy niezbędny do realizacji niniejszego kodeksu.
2. Niezależnie od źródeł finansowania zakupu sprzętu, jeśli sprzęt bierze udział w zawodach to musi zostać opatrzony reklamami zgodnie z niniejszym kodeksem i z zachowaniem należytej staranności.
3. Umieszczaniu reklam podlegają:
 - 1) dla klas łodzi mieczowych: grot, spiner/genaker, kadłub, bom;
 - 2) dla klas łodzi wielokadłubowych: grot, kadłuby, bom;
 - 3) dla klas typu windsurfing: żagiel, deska, kask;
 - 4) dla klas typu kiteboarding: deska, kask;
 - 5) dla samochodów: boki, tył
4. Reklamy partnerów I-V rzędu PZZ zamawia i dostarcza członkom KN PZZ na swój koszt. Po stronie członka KN PZZ jest umieszczenie reklam na poszczególnych elementach sprzętu zgodnie z niniejszym kodeksem i otrzymanymi wytycznymi. PZZ dopuszcza możliwość samodzielnego dokonywania zamówień i zakupów przez zawodników oraz zwrotu kosztów poniesionych przez zawodnika na podstawie przedstawionych dokumentów księgowych.

5. Reklamy indywidualne członek KN PZZ zamawia na swój koszt oraz umieszcza je na poszczególnych elementach sprzętu zgodnie z niniejszym kodeksem.
6. Lokalizację, rozmiar i układ reklam na sprzęcie KN PZZ określa załącznik nr 3 do niniejszego kodeksu.

ROZDZIAŁ 8 REKLAMA INDYWIDUALNA

§ 14

Członek KN PZZ ma prawo do korzystania z powierzchni reklamowej na potrzeby partnerów indywidualnych.

§ 15

1. W celu otrzymania zgody na udostępnienie powierzchni na reklamę indywidualną na stroju i sprzęcie KN PZZ, zawodnik jest zobowiązany do przedstawienia PZZ informacji dotyczącej reklamy indywidualnej, która będzie zawierała:
 - 1) nazwę reklamodawcy oraz dane adresowe i rejestrowe;
 - 2) zakres działalności reklamodawcy (branża);
 - 3) lokalizację reklamy indywidualnej;
 - 4) termin obowiązywania umowy z reklamodawcą;
 - 5) wizualizację umieszczenia reklamy.
2. Zgoda na udostępnienie powierzchni na reklamę indywidualną na stroju i sprzęcie KN PZZ jest udzielana przez wydział Biura PZZ właściwy ds. marketingu na wniosek członka KN PZZ, zgodny z wzorem określonym przez wydział Biura PZZ właściwy ds. marketingu i dostępny na stronie internetowej PZZ www.pya.org.pl.
3. Wniosek o zgodę na udostępnienie powierzchni na reklamę indywidualną wraz z wizualizacją umieszczenia reklamy, członek KN PZZ zobowiązany jest przesłać na adres Biura PZZ pocztą lub adres e-mail marketing@pya.org.pl. PZZ dopuszcza możliwość złożenia wniosku poprzez formularz interaktywny dostępny pod adresem <https://forms.office.com/e/fEHYmiX5Xz>.
4. Odpowiedź jest udzielana w ciągu 14 dni roboczych. Termin ten może ulec wydłużeniu w przypadku gdy pracownik wydziału Biura PZZ właściwego ds. marketingu zwróci się do wnioskodawcy o złożenie wyjaśnień lub uzupełnienie dokumentów.
5. Niedopełnienie formalności określonych w ust. 4 w terminie 7 dni roboczych od dnia wezwania do złożenia wyjaśnień lub uzupełnienia dokumentów, skutkuje nierozpatrzeniem wniosku.
6. Zgoda na udostępnienie powierzchni na reklamę indywidualną jest udzielana na czas na jaki zawodnik został powołany do KN PZZ.
7. Warunkiem korzystania z udzielonej zgody na reklamę indywidualną jest posiadanie przez członka KN PZZ ważnej licencji na reklamę indywidualną, wykupionej zgodnie z *Regulaminem licencji na reklamy indywidualne*.
8. Uchylenie decyzji o udostępnieniu powierzchni na reklamę indywidualną może nastąpić gdy:
 - 1) reklama umieszczona na stroju i/lub sprzęcie nie będzie spełniała warunków określonych niniejszym kodeksem;
 - 2) PZZ odnotuje fakt, że reklamodawca prowadzi lub rozpocznie działalność konkurencyjną względem obecnych lub przyszłych sponsorów i partnerów PZZ;
 - 3) PZZ odnotuje fakt, że reklamodawca narusza dobre imię PZZ lub w jakikolwiek inny sposób wpływa na pozycję PZZ;
 - 4) zawodnik nie posiada aktualnej licencji na reklamę indywidualną;
 - 5) PZZ podpisze umowę sponsoringową z reklamodawcą członka KN PZZ.
9. W przypadku uchylenia decyzji o udostępnieniu powierzchni na reklamę indywidualną zawodnik KN PZZ zobowiązany jest do natychmiastowego usunięcia reklamy ze stroju i/lub sprzętu KN PZZ oraz zaprzestania jej dalszego wykorzystywania.
10. PZZ przyjmuje możliwość wystąpienia o zgodę na reklamę indywidualną w trybie wniosku zbiorowego, tj. kiedy trener lub sekcja żeglarska występuje o zgodę na promocję jednego i tego samego partnera dla grupy zawodników KN PZZ.

§ 16

1. PZZ może wyrazić zgodę na umieszczenie na sprzęcie używanym przez członka KN PZZ oznaczeń partnerów lub sponsorów klubu sportowego, do którego zawodnik należy, jeżeli:
 - 1) oznaczenia te wynikają ze stałej współpracy klubu z danym partnerem lub sponsorem, potwierdzonej obowiązującą umową lub porozumieniem;
 - 2) sprzęt, na którym mają być umieszczone oznaczenia, pozostaje własnością lub stałym wyposażeniem klubu, z którego zawodnik korzysta podczas procesu szkoleniowego lub zawodów;
 - 3) oznaczenia te nie kolidują z interesem marketingowym PZZ, nie stanowią działalności konkurencyjnej wobec partnerów i sponsorów PZZ oraz nie naruszają przepisów klasowych i regulacji World Sailing;
 - 4) klub sportowy przedstawi PZZ oświadczenie potwierdzające istnienie stałej współpracy z partnerem lub sponsorem, którego oznaczenia są lub dopiero mają zostać umieszczone, wraz z informacją o zakresie takiej współpracy oraz okresie jej obowiązywania.
2. Zgoda, o której mowa powyżej, udzielana jest w formie decyzji dyrektora sportowego PZZ po wcześniejszym zaopiniowaniu przez wydział Biura PZZ właściwy ds. marketingu.
3. Zgoda ta:
 - 1) nie stanowi zgody na reklamę indywidualną zawodnika;
 - 2) nie wymaga wniesienia opłaty przez klub ani zawodnika;
 - 3) może zostać cofnięta w każdym momencie, jeżeli oznaczenia zostaną użyte niezgodnie z warunkami zgody, zmianie ulegnie profil działalności sponsora klubowego, klub zaprzestanie współpracy z danym partnerem lub jeśli PZZ zawrze umowę sponsoringową kolidującą z daną ekspozycją.

ROZDZIAŁ 9 ODPOWIEDZIALNOŚĆ

§ 17

1. Naruszenie przez członka KN PZZ postanowień niniejszego kodeksu, w szczególności dotyczących zasad wykorzystania powierzchni reklamowej, obowiązków informacyjnych, zasad ekspozycji reklam oraz warunków udzielonych zgód, może skutkować zastosowaniem wobec zawodnika następujących środków:
 - 1) zawieszeniem zawodnika w prawach członka KN PZZ;
 - 2) wykluczeniem zawodnika z KN PZZ;
 - 3) sankcjami przewidzianymi w *Regulaminie postępowania dyscyplinarnego PZZ*;
 - 4) brakiem powołania na kolejną akcję szkoleniową dofinansowaną przez PZZ;
 - 5) brakiem finansowania kolejnej akcji szkoleniowej dofinansowanej przez PZZ.
2. Środki, o których mowa w ust. 1, mogą być stosowane łącznie lub niezależnie, w zależności od charakteru naruszenia, jego wpływu na dobre imię PZZ lub realizację umów sponsoringowych.
3. Zastosowanie wskazanych środków nie wyklucza możliwości pociągnięcia zawodnika do odpowiedzialności na podstawie odrębnych przepisów, w tym regulaminów PZZ oraz przepisów powszechnie obowiązującego prawa.

ROZDZIAŁ 10 POSTANOWIENIA KOŃCOWE

§ 18

1. Zawodnik KN PZZ jest zobowiązany do bezwzględnego przestrzegania zapisów niniejszego kodeksu i wypełniania zasad w nim określonych.
2. Za opracowanie aktualnej listy reklam i ich rozmieszczenia na sprzęcie i stroju KN PZZ odpowiada wydział Biura PZZ właściwy ds. marketingu. Materiał przed udostępnieniem jest każdorazowo zatwierdzany przez dyrektora sportowego PZZ.

3. Układ reklam i ich rozmiar ma charakter ogólny i może wymagać modyfikacji w zależności od złożoności elementów znaków graficznych lub określonych zasad stosowania.
4. PZZ może ustalić kolejne grupy znaków graficznych możliwych do umieszczenia na stroju i sprzęcie KN PZZ.
5. Wizualizacje materiałów promocyjnych z użyciem znaku graficznego PZZ i reklam indywidualnych podlegają weryfikacji i ocenie przez wydział Biura PZZ właściwy ds. marketingu. W celu otrzymania akceptacji i zgody na umieszczenie reklamy na sprzęcie i stroju KN PZZ, członek KN PZZ jest zobowiązany do przesłania wizualizacji reklam na adres marketing@pya.org.pl. Rozmieszczenie reklam indywidualnych jest rozpatrywane w terminie 14 dni roboczych.
6. Wszystkie problemy związane z umieszczaniem reklam oraz odstępstwa od niniejszego kodeksu należy zgłosić do wydziału Biura PZZ właściwego ds. marketingu na adres e-mail marketing@pya.org.pl w celu weryfikacji problemu i akceptacji zgłoszonych zmian.

§ 19

1. Członek KN PZZ może zostać zwolniony z części bądź wszystkich obowiązków określonych niniejszym kodeksem, wyłącznie na podstawie pisemnej zgody PZZ.
2. W porozumieniu z PZZ na członka KN PZZ mogą zostać nałożone dodatkowe obowiązki wynikające z zapisów umów sponsoringowych podpisanych przez PZZ.

Strój reprezentanta kraju (wizualizacja wariantu podstawowego)



przód



tył

Rys. 1 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju (koszulka POLO w kolorze białym) wraz ze znakowaniem.



przód



tył

Rys. 2 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju (koszulka POLO w kolorze granatowym) wraz ze znakowaniem.



przód



tył

Rys. 3 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju (koszulka treningowa typu dry w kolorze granatowym) wraz ze znakowaniem.

Podstawowy strój reprezentanta kraju w żeglarskim składzie składa się z koszulki POLO z krótkim rękawem w kolorze białym lub granatowym oraz koszulki treningowej typu dry opatrzonej symbolami Rzeczypospolitej Polskiej, reklamami PZŻ oraz jego partnerów i sponsorów. Na plecach widnieje napis „POLAND”.

Strój reprezentanta kraju (wizualizacja wariantu rozszerzonego - opcjonalnego)



przód



tył

Rys. 4 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju (rozpinana bluza z długim rękawem w kolorze granatowym) wraz ze znakowaniem.



przód



tył

Rys. 5 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju (koszula typu Oxford z w kolorze białym) wraz ze znakowaniem.

Na dodatkowe elementy stroju reprezentanta kraju składają się rozpinana bluza z długim rękawem w kolorze granatowym oraz koszula typu Oxford z długim rękawem w kolorze białym opatrzone symbolami Rzeczypospolitej Polskiej, reklamami PZŻ oraz jego partnerów i sponsorów. Na plecach bluzy widnieje napis „POLAND”.

Użycie stroju reprezentanta kraju



Rys. 6 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju podczas oficjalnych występów.

Podczas oficjalnych występów jak wywiady, konferencje i wydarzenia specjalne zawodnik KN PZZ powinien nosić białą koszulkę POLO (opcjonalnie biała koszula typu Oxford) i długie spodnie w jednolitym ciemnym kolorze. Podczas pozostałych działań i promocyjnych dopuszczalne jest użycie granatowej koszulki POLO.



Rys. 7 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju podczas zawodów – ceremonia otwarcia i zamknięcia zawodów, ceremonia medalowa.

Podczas ceremonii otwarcia i zamknięcia zawodów oraz ceremonii medalowych zawodnik KN PZŻ powinien nosić granatową koszulkę POLO i długie spodnie w jednolitym kolorze, np. jeansy. Dopuszczalne jest występowanie na ceremoniach regatowych w spodniach z krótką nogawką – preferowany jednolity ciemny kolor.

Podczas chłodniejszych dni należy zastosować rozpinaną bluzę z długim rękawem opatrzoną reklamami jak na koszulce POLO. W przypadku braku wskazanej bluzy należy założyć inne rozpinane nakrycie wierzchnie, umożliwiające ekspozycję znaków na lewej piersi.

Wskazany strój jest również dopuszczalny podczas podróży na zawody poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz na drogę powrotną.



Rys. 8 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju podczas zawodów.

Podczas codziennych obowiązków wynikających z przygotowania do zawodów, zawodnik KN PZŻ powinien nosić granatową koszulkę treningową typu dry i wygodne spodnie, np. jeansy lub spodnie dresowe.

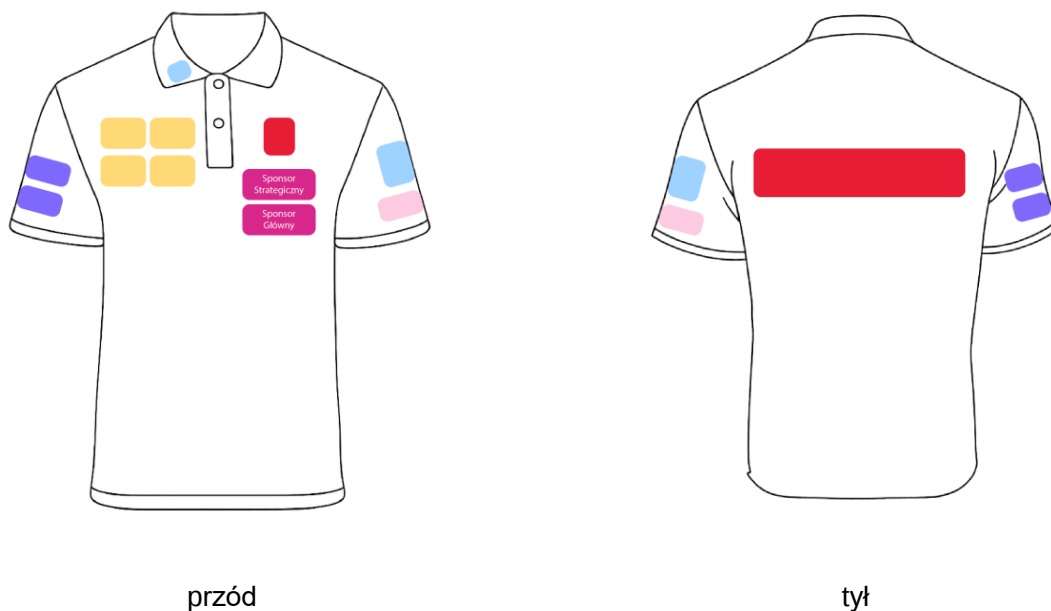


Rys. 9 Wizualizacja stroju reprezentanta kraju podczas zgrupowań.

Podczas zgrupowań zawodnik KN PZZ jest zobowiązany nosić granatową koszulkę treningową typu dry podczas aktywności fizycznych i innych zajęć sportowych. W czasie wykładów, warsztatów i czasie wolnym jest zobowiązany nosić granatową koszulkę POLO. W kwestii odzieży dolnej nie ma konkretnych wytycznych.

Zasady rozmieszczenia reklam partnerów i sponsorów PZZ na stroju i sprzęcie KN PZZ

Znakowanie stroju reprezentanta (strefa sucha)



Rys. 10 Rozmieszczenie reklam na stroju reprezentanta kraju (strefa sucha) na przykładzie koszulki POLO (przód, tył).

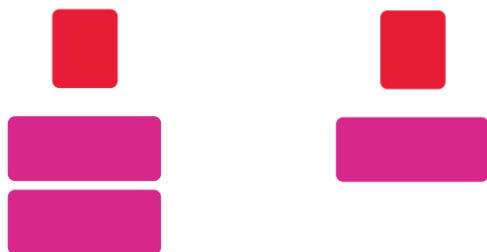
Tab. 1 Zasady rozmieszczania reklam na stroju reprezentanta kraju (strefa sucha).

PRZESTRZEŃ	GRUPA ZNAKÓW	LOKALIZACJA	HIERARCHIA ZNAKÓW
Przestrzeń A	Znaki graficzne przeznaczone dla PZŻ	Kołnierzyk: godło PZŻ Lewy rękaw: godło PZŻ	
Przestrzeń B	Symbol RP z graficznym przedstawieniem orła białego lub barw biało czerwonych	Lewa pierś: orzeł biały Pleczy: napis „POLAND”	
Przestrzeń C	Znak graficzny partnera I, II i III rzędu	Lewa pierś pod znakiem orła białego; przestrzeń przeznaczona dla 2 znaków w układzie 1x2 lub 1x1	1. Sponsor Strategiczny 2. Sponsor Główny
Przestrzeń D	Znak graficzny partnera IV rzędu (partner wsparcia technicznego)	Prawy rękaw; przestrzeń przeznaczona dla 2 znaków: Partner Techniczny, Partner Motoryzacyjny	1. Partner Techniczny 2. Partner Motoryzacyjny
Przestrzeń E	Znak graficzny partnera V rzędu (partner instytucjonalny)	Lewy rękaw; przestrzeń przeznaczona dla 1 znaku (wersja uproszczona)	
Przestrzeń F	Znak graficzny partnera VI rzędu (partnera indywidualnego)	Prawa pierś, przestrzeń przeznaczona dla 4 znaków	

Dla znaków umieszczanych w przestrzeni C obowiązuje zasada hierarchii wynikająca z drabinki sponsorskiej. Układ znaków zależy od liczby obowiązujących umów sponsoringowych:

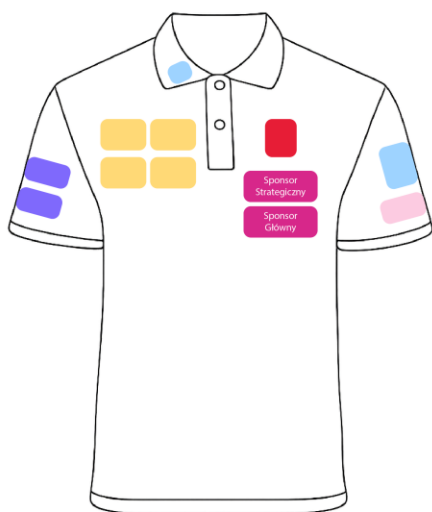
- 1) układ 1×2 – stosowany, gdy PZŻ współpracuje jednocześnie ze Sponsorem Strategicznym (górny wiersz) oraz Sponsorem Głównym (dolny wiersz);
- 2) układ 1×1 – stosowany, gdy PZŻ posiada tylko jednego sponsora w tej grupie.

W sytuacji gdy PZŻ dysponuje wyłącznie Sponsorem Głównym, jego znak zajmuje miejsce przewidziane dla Sponsora Strategicznego. Zapewnia to zachowanie estetyki i czytelności układu oraz spójność z zasadą ważności znaków. Układy mogą być stosowane elastycznie, w zależności od aktualnej liczby sponsorów i zawartych umów, przy zachowaniu powyższej logiki i przypisanych rang sponsorskich.

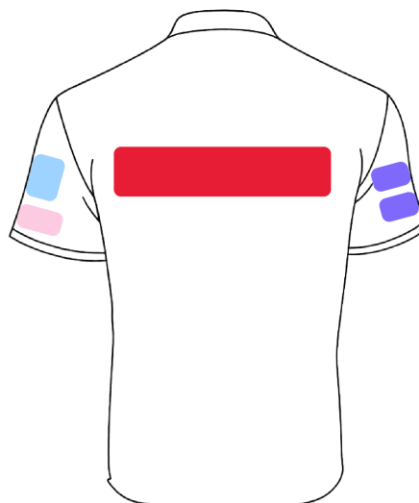


Rys. 11. Przykład możliwych układów znaków w przestrzeni C na stroju reprezentanta kraju w strefie suchej (układ 1x2, 1x1).

Przykłady znakowania poszczególnych elementów stroju

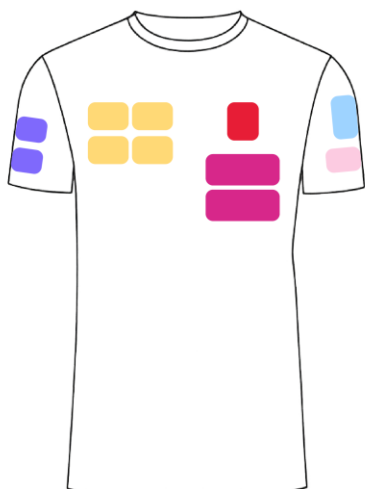


przód

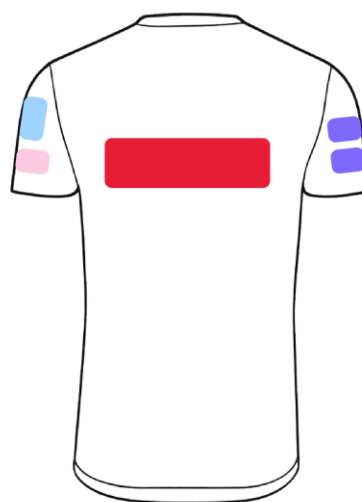


tył

Rys. 12 Przykład znakowania stroju reprezentanta kraju na koszulce POLO.

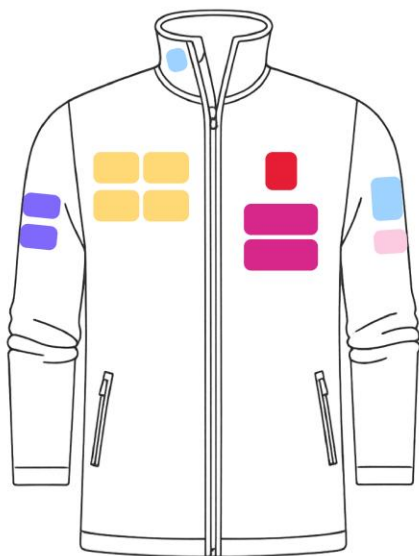


przód

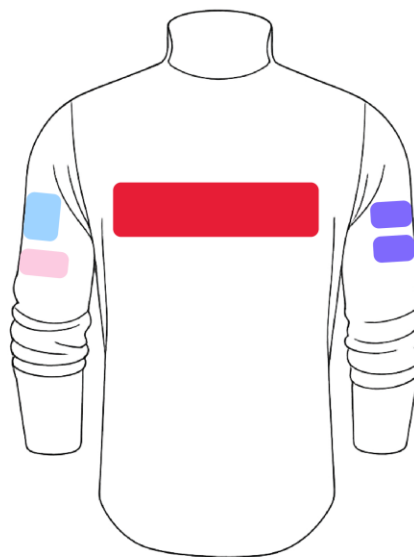


tył

Rys. 13 Przykład znakowania stroju reprezentanta kraju na koszulce treningowej typu dry.

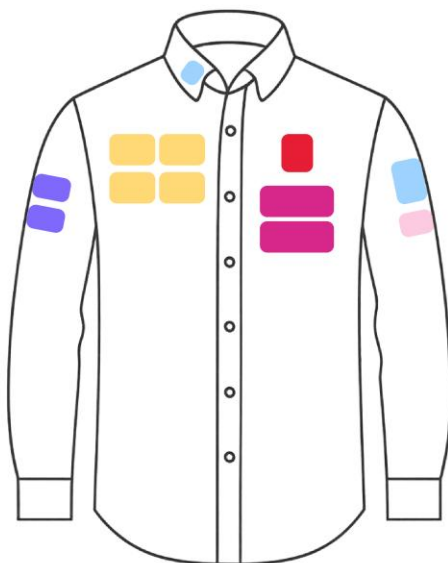


przód



tył

Rys. 14 Przykład znakowania stroju reprezentanta kraju na rozpinanej bluzie z długim rękawem.



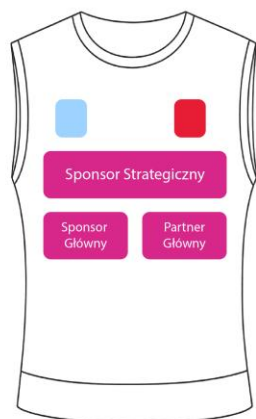
przód



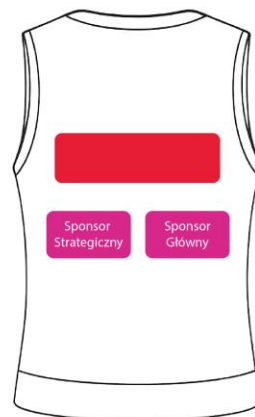
tył

Rys. 15 Przykład znakowania stroju reprezentanta kraju na koszuli typu Oxford.

Znakowanie stroju reprezentanta (strefa mokra)

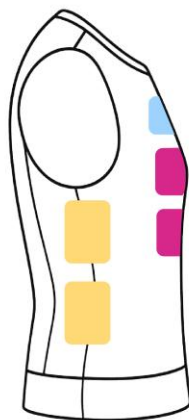


przód

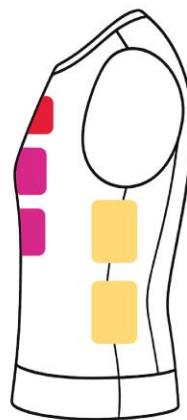


tył

Rys. 16 Przykład znakowania lycry (przód, tył).



bok prawy



bok lewy

Rys. 17 Przykład znakowania lycry (bok prawy, bok lewy).

Tab. 2 Zasady rozmieszczania reklam na stroju reprezentanta kraju (strefa mokra).

PRZESTRZEŃ	GRUPA ZNAKÓW	LOKALIZACJA	HIERARCHIA ZNAKÓW
Przestrzeń A	Znaki graficzne przeznaczone dla PZŻ	Prawa pierś: godło PZŻ	
Przestrzeń B	Symbol RP z graficznym przedstawieniem orła białego lub barw biało czerwonych	Lewa pierś: orzeł biały Plecy: napis „POLAND”	
Przestrzeń C	Znak graficzny partnera I, II i III rzędu	Przód: Centralna część na wysokości mostka; przestrzeń przeznaczona dla 2 znaków w układzie 1x3, lub 1x2 i 1x1 Tyl: Centralna część na łopatkach w układzie 1x2, 1x1	1. Sponsor Strategiczny 2. Sponsor Główny 3. Partner główny
Przestrzeń F	Znak graficzny partnera VI rzędu (partnera indywidualnego)	Lewy i prawy bok; przestrzeń przewidziana dla 2 znaków na stronę	

Dla znaków umieszczanych na przodzie lycry w przestrzeni C stosuje się zasadę ważności wynikającą z drabinki sponsorskiej. W zależności od liczby podmiotów obowiązują następujące układy:

- układ 1x3 – stosowany, gdy PZŻ współpracuje jednocześnie ze Sponsorem Strategicznym (górny wiersz), Sponsorem Głównym i Partnerem Głównym (dolny wiersz);
- układ 1x2 – stosowany, gdy PZŻ współpracuje jednocześnie:
 - ze Sponsorem Strategicznym i Sponsorem Głównym, lub
 - z jednym sponsorem (Strategicznym lub Głównym) oraz Partnerem Głównym.
Podmiot wyższy rangą zajmuje pozycję w górnym wierszu a pozostałe podmioty umieszczane są w wierszu dolnym.

- układ 1x1 – stosowany, gdy PZŻ posiada tylko jednego sponsora w tej grupie.

W sytuacji gdy PZŻ dysponuje wyłącznie Sponsorem Głównym, jego znak zajmuje miejsce przewidziane dla Sponsora Strategicznego. Jeśli jedynym podmiotem jest Partner Główny, jego znak również zajmuje pozycję najwyższą w układzie, zgodnie z zasadą zachowania przejrzystości i hierarchii.



Rys. 18 Przykład możliwych układów znaków umieszczanych na przodzie lycry w przestrzeni C (1x3, 1x2, 1x1).

Dla znaków umieszczanych na tyle licy w przestrzeni C stosuje się zasadę ważności wynikającą z drabinki sponsorskiej. Na tej powierzchni występują wyłącznie Sponsor Strategiczny oraz Sponsor Główny. Partner Główny nie występuje na tyle licy. W zależności od liczby podmiotów obowiązują następujące układy:

- 1) układ 1×2 – stosowany, gdy PZŻ współpracuje jednocześnie ze Sponsorem Strategicznym oraz Sponsorem Głównym;
- 2) układ 1×1 – stosowany, gdy PZŻ posiada tylko jednego sponsora w tej grupie.

W sytuacji gdy PZŻ dysponuje wyłącznie Sponsorem Głównym, jego znak zajmuje miejsce przewidziane dla Sponsora Strategicznego. Układy mogą być stosowane elastycznie, w zależności od aktualnej liczby sponsorów i zawartych umów, przy zachowaniu powyższej logiki i przypisanych rang sponsorskich.



Rys. 19 Przykład możliwych układów znaków umieszczanych na tyle licy w przestrzeni C (1x2, 1x1).