

부산광역시체육회 마케팅 규정

부산광역시체육회 마케팅 규정

제정 2023.06.16.

제1조(목적) 이 규정은 부산광역시체육회 정관 제4조에서 정한 부산광역시체육회 사업에 필요한 재원확보 마련 등을 위하여 마케팅자산의 활용 및 보호에 부산광역시체육회 마케팅 사업에 필요한 사항을 규정하는 데 있다.

제2조(정의) 이 규정에서 사용하는 용어의 뜻은 다음 각 호와 같다.

1. “마케팅자산”이란 다음 각 목의 부산광역시체육회(이하“체육회”라 한다)의 유·무형 자산을 말한다.
 - 가. 지식재산권 : 체육회(체육회 CI, 부산스포츠 BI) 또는 부산광역시 선수단을 지칭 또는 상징하기 위한 목적으로 체육회가 법령에 의한 지식재산으로 등록한 것.
 - 나. 대회 : 체육회가 주관, 주최, 운영, 파견, 관리하는 모든 시내·외 경기대회(부산시민체육대회, 부산시민자전거대회, 부산광역시 어르신체육대회 등 종합체육대회 및 대한체육회가 개최하는 모든 종합경기대회) 등
 - 다. 행사 : 체육회가 주최 또는 주관하는 부산선수단 결단식 및 해단식, 각종 기자회견, 인터뷰 관련 각종 행사 등
 - 라. 대회·행사 참가자[대회 또는 행사에서 AD카드를 발급 받는 자로 선수, 지도자, 심판, 임원 및 관계자 등 (이하‘대회·행사 참가자’라 한다)]의 초상, 성명, 이미지 등
 - 마. 체육회가 보유하거나 사용권한을 갖는 시설
2. “상업권자”란 체육회와의 계약에 따라 체육회에 후원금, 로열티, 방송권료 등 대가를 내고 독점적 또는 비독점적으로 마케팅자산을 상업적으로 이용할 수 있는 권리를 부여받은 자로서 후원권자, 상품화권자, 방송권자 등으로 구분된다.
3. “마케팅 대행”이란, 체육회가 유관단체 또는 마케팅 계약을 체결한 자의

마케팅 업무를 대행 또는 지원하여 수익을 창출하는 행위를 말한다.

4. “유관단체”란 대한체육회와 회원종목단체 및 구·군 체육회, 종합체육대회 조직위원회, 국제대회 조직위원회 등 체육관련 단체를 말한다.

제3조(마케팅 사업) ① 체육회는 다음 각호의 마케팅 사업을 할 수 있다.

1. 후원권에 관한 사업
 - 가. 후원권자의 상업적 권리 범위에 대한 결정·조정
 - 나. 후원권자의 유치와 계약
 - 다. 후원권자의 후원권리 이행, 지원 및 관리
2. 상품화권에 관한 사업
 - 가. 상품화권자의 상업적 권리 범위에 대한 결정·조정
 - 나. 상품화권자의 유치와 계약
 - 다. 상품화권자의 상품화권리 이행, 지원 및 관리
3. 방송권에 관한 사업
 - 가. 방송권자의 상업적 권리 범위에 대한 결정·조정
 - 나. 방송권자의 유치와 계약
4. 체육회가 보유하거나 사용권한이 있는 시설 및 행사 등에 관한 사업
 - 가. 체육회 주최(주관)대회 또는 행사의 입장권 판매 또는 위탁판매
 - 나. 체육회가 보유하거나 사용권한이 있는 시설을 활용한 마케팅
 - 다. 경기장 이벤트 및 관련 행사 등 개최·운영
5. 마케팅자산과 관련된 영상, 사진 등의 제조와 판매 사업
6. 유관단체와의 마케팅관련 사업
 - 가. 유관단체와의 공동마케팅 계약 등
 - 나. 유관단체와의 공동상업권자 모집 등
7. 마케팅 대행 사업
 - 가. 유관단체 마케팅 대행 또는 자문
 - 나. 체육회와 계약을 체결한 자의 마케팅 대행 또는 지원
8. 마케팅자산의 등록, 보호 및 관리 등에 관한 사업

9. 기타 체육회 회장이 필요하다고 인정하는 사업

② 체육회는 제1항의 마케팅 사업을 수행하기 위하여 자회사를 설립·운영하거나 마케팅전문회사를 대행사로 지정하여 위탁할 수 있다.

제4조(마케팅 수익 등의 사용) 마케팅 사업을 통해 발생한 수익은 체육회의 자체 수입으로 한다.

제5조(후원권자) ① 후원권자는 현금, 현물, 서비스 등을 체육회에 제공하고, 마케팅자산을 계약으로 정해진 범위와 방식으로 광고 및 홍보에 사용할 수 있다.

② 후원권자는 1등급, 2등급, 3등급으로 나누고, 각 등급별 후원 권리의 내용은 개별 계약에 따른다.

제6조(상품화권자) 상품화권자는 현금, 현물, 서비스 등을 체육회에 제공하고, 마케팅자산을 활용하여 계약으로 정해진 품목, 범위, 방식 등에 따라 상품과 서비스를 제작·제공 또는 판매할 수 있다.

제7조(방송권자) ① 방송권자는 체육회와의 계약에 따라 마케팅자산을 텔레비전, 라디오, 인터넷, 모바일 등 각종 매체를 통하여 방송, 전송, 배포 및 기타의 방법으로 유통할 수 있다.

② 방송권자의 방송권 대상은 체육회 주최(주관)대회 또는 행사 등이 있다.

③ 방송권자는 방송권 이용 시 체육회의 후원권자 또는 상품화권자의 광고물과 상품 등이 노출 될 수 있도록 협조하여야 한다.

제8조(상업권자 선정 및 계약) ① 체육회의 상업권자 선정방법은 일반 경쟁 입찰을 원칙으로 한다. 다만, 상업권자 선정의 목적·계약규모 등 마케팅 업무의 특성과 체육회 계약 규정 등을 고려하여 참가자의 자격을 제한하거나 참가자를 지명하여 경쟁에 부치거나 수의계약을 할 수 있다. 상업권자를 선정할 때에는 미리 입찰에 관한 사항을 공고하거나 통지하여야 한다.

② 상업권자 선정 및 계약체결은 기존 상업권자 계약기간 종료 6개월 전부터 추진 할 수 있다. 다만, 기존 상업권자가 기존 계약에 따라 우선협상권을 보유하는 등 사유가 있는 경우, 상업권자 선정 및 계약체결 기간을 적정한 범위 내에서 연장할 수 있다.

제9조(상업권자의 권리보호) ① 체육회는 신의성실로 계약이 정하고 있는 상업권자의 권리를 보호한다.

② 체육회는 상업권자의 권리를 보호하고 침해를 예방하기 위하여 적절한 조치를 할 수 있다.

제10조(상업권자의 책무) ① 상업권자는 체육회와 체결한 계약과 관련된 제반사항을 성실히 준수하여야 한다.

② 상업권자는 체육회와의 계약에 따라 정해진 권리의 범위 안에서 그 권리를 사용하여야 한다.

③ 상업권자는 계약에 따라 정해진 범위를 벗어나 권리를 행사 하거나, 체육회와 마케팅 자산의 품위나 명성, 이미지에 해를 입히거나 손상을 주는 경우 이에 대한 모든 책임을 지고 손해를 배상한다.

제11조(매복 마케팅의 금지 등) 상업권자가 아닌 자는 체육회의 사전승인 없이 마케팅 자산을 상업적 목적으로 사용하거나, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법을 통하여 체육회의 권리를 침해하는 행위를 할 수 없다.

1. 상업권자가 아닌 자가 자신 또는 특정 상품과 서비스를 마케팅 자산과 연계하여 체육회, 대회 또는 행사, 대회·행사 참가자 등과 관련이 있는 것으로 오인하게 하는 표시·광고
2. 상업권자가 아닌 자가 체육회가 유·무상으로 제공하는 입장권이나 상품을 경품으로 제공하거나 제공하기로 약속하는 행위

제12조(대회·행사 참가자 등 관련 체육회 권리) ① 대회·행사 참가자의 동의를 받은 경우, 다음 각 호를 상업적으로 활용할 권리는 체육회에 귀속 된다.

1. 대회 또는 행사의 공식 복장을 착용한 초상, 성명, 이미지 등
2. 대회 또는 행사 참가(경기, 연습, 인터뷰 등 포함) 등에서 얻어진 참가자의 초상, 성명, 이미지 등

② 대회 또는 행사에서 입장권이나 출입증(AD 카드 등)으로 경기장 또는 행사장 안에 들어온 관중 및 기타 관계자의 초상에 관한 권리는 대회 또는 행사의 규정, 입장권 약관 등에 따라 체육회가 보유하거나 행사한다.

제13조(대회·행사 참가자 및 상업권자의 등의 준수사항) ① 대회·행사 참가자

는 대회 또는 행사 참가 시 체육회의 공식 복장과 용품을 착용한다. 체육회의 공식 복장과 용품을 착용할 수 없는 특별한 사유가 있는 경우 체육회에 사유서를 제출하여 사전승인을 받아야 하고, 체육회의 승인 결과에 따라야 한다.

② 상업권자는 이 규정 제12조제1항과 관련된 대회·행사 참가자의 초상, 성명, 이미지 등을 체육회의 사전 승인을 받아 사용할 수 있다.

③ 대회·행사 참가자 또는 상업권자가 아닌 자가 체육회가 별도로 정하는 대회 또는 행사 기간에 국내에서 이 규정 제12조제1항과 관련된 초상, 성명, 이미지 등을 상업적 목적으로 사용하고자 할 때는 반드시 체육회의 사전 승인을 받아야 한다.

④ 대회·행사 참가자 및 상업권자 등이 본 조를 위반하여 손해가 발생될 경우 이에 대한 배상책임을 부과하고, 제반규정에 따라 징계 또는 기타 불이익 처분을 받을 수 있다.

제14조(회원종목단체와 구·군체육회의 마케팅) ① 회원종목단체와 구·군체육회는

이 규정에 따른 체육회의 권리를 침해하지 않는 범위에서 자체적으로 마케팅 사업을 할 수 있다.

② 마케팅자산의 상업적 권리는 체육회의 권리이며, 회원종목단체와 구·군체육회가 자체적으로 상업권자를 선정하여 계약을 체결하는 경우 체육회의 마케팅 자산 및 상업적 권리가 침해되지 않도록 하여야 한다.

제15조(회원종목단체와 구·군체육회의 의무) ① 체육회가 파견하는 선수단의 경

기복을 회원종목단체 및 구·군체육회가 제작할 때에는 디자인과 브랜드는 해당 대회의 규정을 준수하여 제작 하여야 한다.

② 회원종목단체와 구·군체육회는 이 규정을 준수하지 아니하여 발생하는 일체의 손해에 대한 책임을 부담하고, 체육회 정관 및 관련규정에 따라 불이익 조치를 받을 수 있다.

제16조(공동마케팅) ① 체육회와 유관단체는 각 당사자의 마케팅자산을 활용하

여 공동마케팅을 할 수 있다.

② 공동마케팅과 관련된 세부사항은 체육회와 유관단체 간 체결되는 계약에 따른다.

제17조(마케팅 대응 등) ① 체육회는 유관단체 및 체육회와 마케팅 계약을 체결한 자 등의 마케팅을 대행 또는 지원하고 그에 대한 수수료를 받을 수 있다.

② 제1항에 따른 마케팅 대행 또는 지원의 수수료 및 세부 내용은 체육회와 체결된 계약에 따른다.

부 칙(2023. 6. 16.)

제 1 조(시행일) 이 규정은 이사회의 의결을 거친 날부터 시행한다.

제2조(경과조치) 이 규정 시행 당시 체육회와 계약이 계속 중인 상업권자는 이 규정에 의한 상업권자로 본다.