

마케팅 규정

제·개정 연혁

- 2004년 09월 17일 제정
- 2015년 08월 20일 개정
- 2015년 11월 12일 개정

<용어의 정의>

아래의 용어들은 마케팅 규정을 해석하는데 사용된다.

1. '대표팀'이라 함은 협회가 관할하고 있는 각급 축구 국가대표팀을 말한다.
2. '팀원'이라 함은 대표팀의 감독, 코치를 포함한 임원 및 선수들을 말하며, '대표팀원'이라고도 한다.
3. '이미지 등'이라 함은 협회 또는, 대표팀의 명칭, 로고, 트레이드 마크, 마스코트, 디자인, 엠블럼, 캐릭터, 문장, 상표, 표지 외에 협회나 대표팀을 표시하는 일체의 것을 말한다.
4. '퍼블리시티권(Rights of Publicity)'이라 함은 대표팀원의 사진, 성명, 성 또는 이름, 예명, 필명, 초상, 사인, 음성, 만화, 캐릭터, 디지털 영상 또는 앞으로 개발될 신기술을 포함한 각종 이미지 등에 관한 일체의 권리를 말한다.<2015. 8. 20. 개정>
5. 대표팀원 집합적 퍼블리시티권이라 함은 3인 이상 다수의 대표팀원 퍼블리시티권이 동시 나타나 있는 것을 말한다.<2015. 8. 20. 개정>
6. '대표팀 복장'이라 함은 대표팀의 유니폼 및 단복을 포함한 각종 공식용품 등을 포함한다.
7. '공식후원사 등'이라 함은 협회가 승인하는 방법에 의하여 협회 또는, 대표팀을 활용하여 광고, 홍보 등을 할 수 있는 권리를 협회로부터 부여받은 기업 등을 말한다.

제1장 총칙

제1조 (목적)

본 규정은 협회의 마케팅 사업 활동에 관한 내용을 규정하고, 협회 마케팅 사업을 활성화시켜 한국 축구발전을 위한 재정을 마련함을 목적으로 한다.

제2조 (적용범위)

본 규정은 협회의 마케팅 관련 전 부문에 적용되며, 정관 및 다른 규정에 특별히 정해진 것을 제외하고는 이 규정에 따른다.

제3조 (마케팅 사업)

협회는 다음 각 호의 마케팅 사업을 실시한다.

1. 방송중계 및 영상에 관한 사업
 - 가. 대표팀경기 등의 방송사 계약 및 후속 업무
 - 나. 대표팀경기 영상, 사진 등의 제조 및 판매 등에 관한 업무
2. 공식후원사 등의 유치 및 관리 사업
 - 가. 공식후원사 등의 유치 및 계약 업무
 - 나. 공식후원사 제공 권리 및 활용범위에 대한 조정 업무
3. 대회 및 경기 관련 홍보, 마케팅 사업
 - 가. 개최지, 입장권, 경기장 이벤트 및 관련 행사 등에 관한 업무<2015. 8. 20. 개정>
 - 나. 경기 홍보 및 A보드, 경기장 장식 등에 관한 업무
4. 협회 및 대표팀 이미지 등을 활용한 사업
 - 가. 협회 명칭, 로고 및 대표팀 퍼블리시티권 등 기타 이미지의 활용 등에관련된 마케팅 업무<2015. 8. 20. 개정>
 - 나. 협회 및 대표팀 이미지 등을 활용한 출판에 관한 업무
5. 축구시설, 용품의 검정 및 공인 관련 사업
 - 가. 축구시설 및 용품의 검정 관련 업무
 - 나. 축구시설 및 용품의 공인 기준마련 및 업체 선정에 관한 업무
6. A매치 개최지 선정 사업<2015. 11. 12. 신설>
 - 가. 국내에서 개최되는 급별 국가대표팀 경기 개최지 선정업무
 - 나. 개최협약서 작성업무
6. 기타 협회 마케팅 수입과 관련된 일체의 사업

제2장 방송권

제4조 (방송권의 대상)

- ① 협회가 보유하는 방송권은 다음 각 호를 대상으로 한다.
 1. 대표팀이 국내에서 치르는 협회 주최의 모든 경기

2. 대표팀이 국외에서 치르는 경기 중 협회가 중계권을 가진 모든 경기
3. FA컵을 포함하여 협회가 주최 및 주관하는 모든 대회
4. FIFA나 대륙연맹(AFC, EAFF 등 포함) 및 다른 단체로부터 중계권을 양도받은 경기

② ①항의 방송권은 TV(위성, 케이블 포함), 라디오, 인터넷(웹캐스트 포함), 모바일 및 향후 개발될 신기술 등을 통한 모든 형태의 방송 중계를 포함한다.

제5조 (방송권의 귀속)

FIFA의 TV 및 라디오 방송 규정에 의거하여 방송권은 어떠한 경우에도 협회 소유이며, 이는 시간이나 장소에 구속되지 아니한다.

제6조 (방송권의 판매 및 양도)

협회는 방송권을 제3자에게 판매, 양도하거나 그 관리를 대행 시키는 등 협회가 정하는 방법에 의하여 관리, 처분할 수 있다.

제7조 (방송 저작권)

방송권과 관련된 경기의 영상에 대한 저작권은 협회의 소유이며, 이는 시간이나 장소 또는, 향후 개발될 신기술에 의한 변화에도 구속되지 아니한다.

제8조 (가상광고)

가상광고는 FIFA의 가상광고물 사용 규정에 따르고, 그 광고권은 협회가 보유한다.

제3장 퍼블리시티권 <2015. 8. 20. 개정>

제9조 (퍼블리시티권의 귀속)

대표팀원의 퍼블리시티권이 다음 각 호의 하나에 해당될 때 '대표팀원 초상'이라 하고, 이에 대한 활용권리는 협회에 귀속된다.

1. 협회가 지급한 공식 복장을 착용한 초상
2. 협회 행사 등에서 얻어진 대표팀원의 초상, 경기 장면, 연습 장면, 인터뷰 장면 등(사진, 동영상 및 영상, 기타 매체 형태를 불문)<2015. 8. 20. 개정>

제10조 (퍼블리시티권의 사용)

- ① 협회는 대표팀원의 퍼블리시티권을 협회의 광고 및 홍보 활동 등에 무상으로 사용할 수 있다.
- ② 대표팀원은 제10조 제1호 및 제2호에 해당하는 자신의 퍼블리시티권을 영리 목적으로 사용할 때는 반드시 협회의 사전 승인을 받아야 한다.
- ③ 대표팀원은 자신이 개인적으로 후원계약이나 기타 일체의 계약을 체결하는 경우, 협회 마케팅규정 제3장 퍼블리시티권을 준수할 의무를 계약 상대방에게 부과하여야 한다.<2015. 8. 20. 개정>

제11조 (제3자의 집합적 퍼블리시티권의 사용)

다음 각 호의 하나에 해당될 때, 집합적 퍼블리시티권이라 하며 협회는 이를 공식후원사 및 제3자에게 사용하게 할 수 있다. 단, 사용자는 사용 전 반드시 협회의 사전 승인을 받아야 한다.

1. 각 화면 및 물품 등에 3인 이상의 선수로 구성된 퍼블리시티권을 사용하는 경우
2. 각 화면 및 물품 등에 개인의 퍼블리시티권이 사용되지만, 동일한 제작 및 조건에 따라 최소 11인 이상의 선수 퍼블리시티권을 사용하는 경우
3. 1호, 2호의 경우라도 특정 팀원의 퍼블리시티권이 특별히 부각되거나 강조되지 않은 경우 <2015. 8. 20. 개정>

제12조 (기타 퍼블리시티권의 사용)

협회가 주최하거나 주관하는 경기 및 대회에서 티켓이나 출입증(AD 카드 등)으로 경기장 안에 들어온 자의 음성, 영상 및 초상 등은 기존 매체나 장치 개발될 매체에의 사용에 대해 동의한 것으로 보고, 이의 사용 권리를 협회가 보유한다. <2015. 8. 20. 개정>

제13조 (동의)

- ① 대표팀원은 협회의 권리 활용이 협회와 한국축구 발전에 이바지함을 승인한다.
- ② 대표팀원은 대회 또는 행사에 참가함으로써 협회에 집합적 퍼블리시티권의 사용을 승인하는 것으로 간주하며, 협회가 요구하는 경우 이를 승인하는 동의서를 제출하여야 한다. <2015. 8. 20. 개정>

제14조 (수익의 사용)

협회는 대표팀원 퍼블리시티권의 실시에 따른 수익을 각급 대표팀의 전력 강화 및 유소년 축구 발전 등의 목적을 위해 사용하기로 한다. <2015. 8. 20. 개정>

제15조 (퍼블리시티권 사용의 제한)

대표팀원이 협회의 공식후원사 또는 협찬사의 경쟁사와 독점계약을 체결한 경우, 협회는 해당 대표팀원의 권리 보호를 위해 해당 후원사 또는 협찬사에 퍼블리시티권 활용에 제한을 줄 수 있다. <2015. 8. 20. 개정>

제4장 물품 및 용품의 사용**제16조 (물품의 선사용)**

협회나 각급 대표팀은 경기 및 공식행사에서 공식후원사 등의 물품을 우선적으로 사용하도록 노력한다.

제17조 (대표단원의 용품착용)

- ① 대표팀의 감독, 코치 등을 포함한 임원진과 모든 선수는 대표팀의 공식훈련과 경기중 또는,

협회의 요청에 따라 대표팀원의 자격으로 공식행사 등에 참가할 경우 협회로부터 지급받은 용품을 착용하여야 한다.

② ①항의 규정에도 불구하고 협회에서 지급되는 용품과 다른 용품을 착용해야 할 불가피한 사유가 있는 경우 해당 선수는 사전에 사유서를 협회에 제출하고, 협회의 지시 및 조치에 따라야 한다.

제5장 공인구 및 기타 용품, 시설의 공인 및 검정

제18조 (공인구 및 대회 사용구)

협회는 축구공의 품질을 검정하여 협회 공인구로 지정할 수 있고, 공인구 중에서 협회 주최 대회의 공식 사용구를 선정하여 이의 사용 및 보급을 장려한다.

제19조 (기타 용품 및 시설의 공인)

협회는 기타 축구관련 각종 용품 및 시설에 대하여 검정을 거쳐 협회 공인 용품 및 시설로 지정할 수 있고, 이의 사용 및 보급을 장려한다.

제20조 (시행세칙)

이 규정의 시행에 관하여 필요한 사항은 회장이 세칙 등으로 제정할 수 있다.<2015. 11.12. 신설>

부 칙

1. 규정의 채택과 효력

- (1) 본 규정은 2004년 9월 17일 개최된 대한축구협회 이사회에서 채택 되었다.
- (2) 본 규정은 이사회 의결을 거친 날로부터 효력이 발생한다.

2. 규정에서 다루지 않은 사항

본 규정에서 다루지 않은 사항에 대하여는 협회 이사회에서 이를 결정한다.

부 칙(2015. 8. 20. 개정)

제1조(시행일)

본 규정 중 개정된 사항은 이사회에서 승인을 받은 날로부터 시행한다.

부 칙(2015. 11. 12. 개정)

제1조(시행일)

본 규정 중 개정된 사항은 이사회에서 승인을 받은 날로부터 시행한다.

#별첨 : 퍼블리시티권 동의서

동 의 서

본인은 현재 축구국가대표 또는 장래 국가대표로서 다음과 같이 사단법인 대한축구협회(이하 '협회'라 함)가 후원사 등에게 대표팀 복장을 착용한 3인 이상의 집합적 초상 및 성명 등을 사용하게 하는 것에 대하여 동의합니다.

다 음

- 협회가 후원사에게 후원계약 등을 통해 본인을 포함하여 3인 이상의 국가대표선수들의 집합적 초상을 사용하게 하는 것
- 협회가 국가대표유니폼 및 볼 등을 판매함에 있어 선수들의 초상 및 성명 등을 사용하여 상품화 사업 등을 진행하는 것
- 협회가 국가대표선수로서 게임회사에 초상 및 성명 사용을 허락하는 것
- FIFA 월드컵 개최 전 선수 초상 등이 표출된 상품판매에 대한 사용을 허락하는 것

본인은 협회 후원사 등과 다툼을 방지하기 위하여 기업과 광고계약 등을 체결하거나 계약의 연장 등을 할 경우, 계약기간 및 기업의 명칭 등을 사전에 협회에 통지하기로 합니다.

2015. . .

선수

사단법인 대한축구협회 귀중