

УТВЕРЖДАЮ

Директор ФГАУ «Федеральная
дирекция спортмероприятий»

Ю.И. Ермошкин

2026 года



**МИНСПОРТ
РОССИИ**



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
ДИРЕКЦИЯ
СПОРТМЕРОПРИЯТИЙ**



Маркетинговая программа

**II Всероссийской спартакиады между
субъектами Российской Федерации
по летним видам спорта среди сильнейших спортсменов
без ограничения верхней границы возраста 2026 года
«Спартакиада народов России»**

Введение

Настоящая Маркетинговая программа разработана Федеральным государственным автономным учреждением «Федеральная дирекция спортмероприятий» во исполнение и с учетом:

- Федерального закона от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»;
- Единого календарного плана межрегиональных, всероссийских и международных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий, утверждаемого Министерством спорта Российской Федерации (в соответствии со статьей 23 Федерального закона № 329-ФЗ);
- Приказа Министерства спорта Российской Федерации от 24.11.2025 № 995 «О подготовке и проведении II Всероссийской спартакиады между субъектами Российской Федерации по летним видам спорта среди сильнейших спортсменов без ограничения верхней границы возраста 2026 года», с учетом изменений, внесенных приказом Министерства спорта Российской Федерации от 24.03.2026 № 255;
- Положения о проведении II Всероссийской Спартакиады между субъектами Российской Федерации по летним видам спорта среди сильнейших спортсменов без ограничения верхней границы возраста;
- решений и поручений Министерства спорта Российской Федерации, принятых в рамках подготовки и проведения Спартакиады.

Маркетинговая программа предназначена для формирования единой системы продвижения, брендинга, партнерских инструментов и коммерческих коммуникаций в рамках подготовки и проведения II Всероссийской спартакиады между субъектами Российской Федерации по летним видам спорта среди сильнейших спортсменов без ограничения верхней границы возраста 2026 года «Спартакиада народов России» (далее — Спартакиада).

Документ определяет концептуальные и организационные основы взаимодействия с партнерами на всех уровнях — федеральном, региональном и отраслевом, включая спортивные федерации, участвующие в реализации соревновательной

программы. Программа формирует единые подходы к позиционированию Спартакиады, использованию ее официальной символики, интеграции брендов партнеров, а также к созданию прозрачной и согласованной структуры коммерческих прав.

В рамках данного документа устанавливаются базовые принципы привлечения партнеров, критерии формирования пакетов партнерства, регламенты размещения фирменной символики Спартакиады, а также механизмы недопущения пересечения категорий партнерства между федерациями, субъектами Российской Федерации и федеральными партнерами. Особое внимание уделено обеспечению единообразия визуальной и коммуникационной политики Спартакиады, что является ключевым условием для формирования узнаваемого бренда и повышения коммерческой привлекательности проекта.

Маркетинговая программа является организационно-методическим документом, определяющим подходы к взаимодействию с потенциальными партнерами и спонсорами в рамках подготовки и проведения Спартакиады.

Документ формирует принципы отбора партнеров, описывает возможные категории участия и общие параметры предоставляемых прав и привилегий.

Конкретные права и обязанности сторон закрепляются в соответствующих соглашениях о партнерстве.

Программа направлена на создание сбалансированной системы партнерских отношений, учитывающей интересы государства, субъектов Российской Федерации, спортивных федераций и коммерческих организаций, при соблюдении единых подходов к использованию символики и реализации маркетинговых активностей.

1. Термины и определения

В настоящей Маркетинговой программе применяются следующие термины и определения:

Спартакиада — II Всероссийская спартакиада между субъектами Российской Федерации по летним видам спорта среди сильнейших спортсменов без ограничения верхней границы возраста 2026 года «Спартакиада народов России» — всероссийское спортивное мероприятие, включенное в Единый календарный план межрегиональных, всероссийских и международных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий, формируемый и утверждаемый Министерством спорта Российской Федерации в соответствии со статьей 23 Федерального закона от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»;

Организатор Спартакиады — Министерство спорта Российской Федерации, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере физической культуры и спорта, а также общероссийские спортивные федерации — в соответствии с Положением о проведении Спартакиады;

Оператор Спартакиады — Федеральное государственное автономное учреждение «Федеральная дирекция спортмероприятий», осуществляющее организационно-техническое и методическое сопровождение подготовки и проведения Спартакиады в пределах полномочий, определенных нормативными правовыми актами и решениями Министерства спорта Российской Федерации;

Регион-организатор — субъект Российской Федерации, включенный в официальный перечень регионов проведения Спартакиады и обеспечивающий организацию мероприятий на своей территории;

Спортивная федерация — общероссийская спортивная федерация, признанная Министерством спорта России и ответственная за проведение соревнований по конкретным видам спорта в рамках Спартакиады;

Партнер Спартакиады — юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы либо индивидуальный предприниматель, предоставляющие партнерский вклад на основании заключенного соглашения с одним из

Организаторов Спартакиады либо с Оператором Спартакиады в пределах предоставленных полномочий и обладающие соответствующим статусом партнерства;

Партнерский вклад — денежные средства, товары, работы, услуги или иные имущественные права, предоставляемые Партнером на основании соглашения в целях подготовки и проведения Спартакиады;

Федеральный партнер Спартакиады — Партнер федерального уровня, осуществляющий поддержку Спартакиады с территориальным охватом на уровне Российской Федерации и получающий права, определенные соглашением о партнерстве;

Региональный партнер Спартакиады — Партнер, осуществляющий поддержку мероприятий Спартакиады в пределах конкретного субъекта Российской Федерации и реализующий права в пределах территории соответствующего региона;

Отраслевой партнер Спартакиады (партнер вида спорта) — Партнер, привлекаемый общероссийской спортивной федерацией для поддержки соревнований по конкретному виду спорта в рамках Спартакиады. Права такого партнера ограничиваются соответствующей спортивной дисциплиной и не распространяются на федеральный или региональный уровни, если иное не предусмотрено соглашением;

Товарная категория — группа однородных товаров, работ или услуг, в отношении которых устанавливается эксклюзивность партнерства (например: «спортивная экипировка», «питьевая вода», «технологические решения», «транспортные услуги» и др.);

Эксклюзивность категории — принцип ограниченного доступа в определенную товарную категорию, обеспечивающий уникальность Партнера и запрет на участие конкурентов в том же статусе;

Символика Спартакиады — совокупность охраняемых элементов визуальной идентификации мероприятия (логотип, эмблема, графические элементы, фирменный стиль, слоган и иные элементы), утвержденных и используемых в установленном порядке в рамках подготовки и проведения Спартакиады;

Официальные носители — любые материалы, площадки и медиа-форматы, где разрешено размещение символики Спартакиады и логотипов партнеров (документы, баннеры, медиа-экраны, экипировка, сайты, пресс-воллы, электронные билеты и др.);

Соглашение о партнерстве — гражданско-правовой договор, заключаемый между Партнером и одним из Организаторов Спартакиады либо Оператором Спартакиады в пределах предоставленных полномочий, определяющий объем прав, обязанностей и условий использования символики;

Коммерческое использование символики — применение символики Спартакиады в целях продвижения товаров, услуг, брендов Партнеров, а также в составе маркетинговых или рекламных материалов, согласованное в установленном порядке;

Региональный оператор — организация, определяемая субъектом Российской Федерации, обеспечивающая практическую реализацию мероприятий Спартакиады на территории субъекта и взаимодействие с региональными партнерами в пределах предоставленных полномочий;

Партнерский пакет — комплекс прав, возможностей и маркетинговых инструментов, предоставляемый Партнеру определенной категории;

Конфликт категорий — ситуация, при которой два или более Партнеров претендуют на одну и ту же товарную категорию, что может привести к нарушению принципов эксклюзивности;

Официальные мероприятия Спартакиады — церемонии, соревнования, пресс-конференции, культурные и спортивные активности, являющиеся частью официальной программы Спартакиады;

Уровни партнерства — система разграничения партнерских прав, включающая федеральный, региональный и отраслевой уровни.

2. Миссия маркетинговой программы Спартакиады

Миссия маркетинговой программы заключается в формировании устойчивой и прозрачной системы продвижения Спартакиады как значимого всероссийского

спортивного события, способствующего развитию спортивной инфраструктуры регионов и укреплению общественного интереса к спорту.

Программа ориентирована на формирование единого коммуникационного пространства и консолидацию усилий организаторов, регионов, спортивных федераций и партнеров.

3. Цели маркетинговой программы

Целями Маркетинговой программы являются:

1. Формирование прозрачной и устойчивой системы партнерского взаимодействия при подготовке и проведении Спартакиады;
2. Обеспечение единых подходов к использованию символики и элементов визуальной идентификации Спартакиады;
3. Привлечение внебюджетных ресурсов для поддержки мероприятий Спартакиады;
4. Повышение узнаваемости Спартакиады как всероссийского спортивного события;
5. Создание условий для участия бизнеса в реализации спортивных проектов.

4. Задачи маркетинговой программы Спартакиады

Для достижения целей Программы определяются следующие задачи:

1. Подготовка и внедрение процедур привлечения и согласования партнеров на федеральном, региональном и отраслевом уровнях;
2. Формирование классификации товарных категорий и порядка предоставления партнерских прав;
3. Подготовка и актуализация правил использования символики и элементов визуальной идентификации Спартакиады;
4. Организация процедур согласования размещения символики и рекламных материалов;

5. Методическое сопровождение субъектов Российской Федерации и спортивных федераций по вопросам партнерского взаимодействия;
6. Подготовка типовых форм соглашений о партнерстве;
7. Обеспечение взаимодействия с правообладателем символики по вопросам ее правомерного использования;
8. Мониторинг исполнения условий соглашений о партнерстве.

5. Основные положения

5.1. Маркетинговая программа определяет систему партнерского взаимодействия, реализуемую на федеральном, региональном и отраслевом уровнях. Программа устанавливает принципы привлечения партнеров, распределения прав и взаимодействия участников при подготовке и проведении Спартакиады.

5.2. Партнерские инициативы и использование символики Спартакиады подлежат согласованию с ФГАУ «Федеральная дирекция спортмероприятий» как оператором Спартакиады в пределах предоставленных полномочий. Использование символики допускается исключительно в объеме прав, предусмотренных соответствующими соглашениями.

5.3. Партнерская система включает:

- **Федеральный уровень** — партнеры, осуществляющие поддержку мероприятий Спартакиады с территориальным охватом на уровне Российской Федерации;
- **Региональный уровень** — партнеры, действующие в пределах конкретного субъекта Российской Федерации;
- **Отраслевой уровень** — партнеры, привлекаемые общероссийскими спортивными федерациями для поддержки соревнований по отдельным видам спорта.

5.4. В целях недопущения пересечения партнерских прав и рекламных интеграций разграничиваются уровни партнерства. Партнеры регионального и отраслевого уровней используют статус и символику Спартакиады в пределах предоставленных соглашением прав и не вправе позиционировать себя как федеральные партнеры без соответствующего статуса.

5.5. Методическое сопровождение реализации маркетинговой программы осуществляется Оператором Спартакиады в пределах предоставленных полномочий.

5.6. Партнерская программа направлена на создание условий для привлечения внебюджетных ресурсов и расширения участия хозяйствующих субъектов в реализации мероприятий Спартакиады.

5.7. Изменения в перечнях партнерских категорий и условиях их предоставления осуществляются в установленном порядке с учетом требований законодательства и положений о проведении Спартакиады.

5.8. Использование символики Спартакиады допускается исключительно в объеме прав, предусмотренных соглашением о партнерстве.

5.9. Положения настоящей Программы применяются при заключении соглашений о партнерстве. Обязанности участников возникают на основании соответствующих договоров.

6. Федеральная партнерская программа

Федеральная партнерская программа устанавливает систему взаимодействия с юридическими лицами независимо от организационно-правовой формы и индивидуальными предпринимателями, заинтересованными в получении статуса официальных партнеров Спартакиады на всероссийском уровне. Данная

программа направлена на формирование единой коммерческой и коммуникационной инфраструктуры, обеспечивающей поддержку подготовки и проведения Спартакиады, повышение статуса проекта и расширение присутствия бренда на территории Российской Федерации.

6.1. Статус и структура федерального партнерства

Федеральная партнерская программа включает три уровня взаимодействия:

6.1.1. Федеральный партнер Спартакиады

Статус предоставляется юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим финансовую, ресурсную или инфраструктурную поддержку Спартакиады федерального уровня. Федеральный партнер получает наиболее широкий комплекс прав, включая использование символики Спартакиады с указанием статуса, участие в официальных мероприятиях, размещение логотипов на федеральных площадках, а также право реализации маркетинговых активностей по согласованию. Данный статус соответствует высшему уровню партнерства.

6.1.2. Федеральный поставщик Спартакиады

Статус предоставляется юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, чьи партнерские взносы представлены специализированной продукцией, оборудованием, транспортом, сервисами или иными видами обеспечения, необходимыми для проведения Спартакиады федерального уровня. Федеральный поставщик обеспечивает ресурсное сопровождение мероприятий. Указанный статус не предусматривает предоставления прав на расширенное коммерческое использование символики Спартакиады, за исключением случаев, прямо предусмотренных соглашением о партнерстве.

6.1.3. Федеральный информационный партнер Спартакиады

Средства массовой информации, коммуникационные платформы и цифровые сервисы, обеспечивающие информационную поддержку, распространение материалов, освещение событий Спартакиады, а также участие в продвижении бренда.

Каждый уровень имеет установленный перечень прав, привилегий и ограничений, направленный на исключение конфликта товарных категорий, недопущение пересечения статусов и обеспечение прозрачности взаимодействия.

6.2. Основные принципы федеральной партнерской программы

Федеральная партнерская программа строится на следующих принципах:

- Единство бренда

Все партнеры интегрируются в систему визуальной и коммуникационной идентификации Спартакиады в соответствии с утвержденными стандартами;

- Отраслевая эксклюзивность

В рамках федерального уровня партнерства в одной товарной категории может быть предусмотрено предоставление исключительных прав одному партнеру, если это закреплено условиями соглашения о партнерстве;

- Прозрачность процедур

Определение партнеров осуществляется на основе официальной процедуры отбора, включающей предоставление документов, оценку предложений и последующее утверждение;

- Приоритет интересов Спартакиады

Все решения о привлечении партнеров принимаются исходя из потребностей организации соревнований, безопасности участников, качества предоставляемых услуг и репутационных критериев.

6.3. Направления участия федеральных партнеров

Федеральные партнеры могут быть привлечены по следующим направлениям (перечень открытый):

- финансовая поддержка подготовки и проведения Спартакиады;
- оснащение спортивных объектов и инфраструктуры;
- обеспечение транспортом, связью, оборудованием, спецтехникой, оборудованием для трансляций;
- обеспечение экипировкой, спортивной формой, инвентарем;

- предоставление услуг питания, размещения, логистики;
- разработка и предоставление IT-решений;
- информационное сопровождение и продвижение.

6.4. Права федеральных партнеров

Права, привилегии и ограничения федеральных партнеров устанавливаются разделом 12 настоящей Маркетинговой программы.

6.5. Сроки действия федерального партнерства

Период действия партнерства устанавливается в соглашении и, как правило, охватывает:

- подготовительный этап;
- период проведения Спартакиады;
- пост-соревновательный этап (освещение итогов, пост-релизы).

7. Региональная партнерская программа

Региональная партнерская программа Спартакиады является системным инструментом формирования партнерских отношений на уровне субъектов Российской Федерации, входящих в число регионов проведения Спартакиады. Программа устанавливает правила привлечения региональных партнеров, распределение прав и привилегий, регламенты согласования партнерской активности и механизмы предотвращения пересечений товарных категорий и интересов партнеров федерального уровня.

7.1. Общие положения

7.1.1. Региональная партнерская программа действует в пределах территории соответствующего субъекта Российской Федерации и направлена на поддержку мероприятий Спартакиады, организацию локальных коммуникаций, развитие

регионального вклада в проведение соревнований и усиление вовлеченности местного бизнеса.

7.1.2. Координация региональной партнерской программы осуществляется Оператором Спартакиады в пределах предоставленных полномочий в целях обеспечения единообразия подходов и недопущения пересечения партнерских прав.

7.1.3. Региональные органы исполнительной власти в сфере физической культуры и спорта (далее — РОИВ) выступают ответственными за реализацию региональной партнерской программы на территории соответствующего субъекта Российской Федерации и обеспечивают ведение переговоров с потенциальными партнерами, предварительный отбор кандидатов, формирование и направление предложений Оператору Спартакиады для согласования, а также сопровождение исполнения партнерских обязательств в соответствии с законодательством Российской Федерации, Положением о проведении Спартакиады и условиями заключенных соглашений.

7.1.4. Региональная партнерская программа является составной частью единой маркетинговой системы Спартакиады и реализуется в полном соответствии с требованиями настоящей Маркетинговой программы.

7.2. Структура регионального партнерства

Региональная партнерская программа включает следующие уровни:

7.2.1. Региональный партнер Спартакиады

Статус предоставляется юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим финансовую, ресурсную или инфраструктурную поддержку мероприятий Спартакиады в пределах конкретного субъекта Российской Федерации. Региональный партнер получает расширенный набор прав, включая использование символики Спартакиады совместно с указанием статуса, участие в мероприятиях, размещение логотипов на региональных площадках, а также право реализации маркетинговых активностей по согласованию.

7.2.2. Региональный поставщик

Статус предоставляется юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, чьи партнерские взносы представлены товарами, оборудованием или услугами. Региональный поставщик обеспечивает ресурсное сопровождение Спартакиады на территории соответствующего субъекта Российской Федерации. Указанный статус не предусматривает предоставления прав на расширенное коммерческое использование символики Спартакиады, за исключением случаев, прямо предусмотренных соглашением о партнерстве.

7.2.3. Региональный информационный партнер

Статус предоставляется региональным СМИ, медиаплатформам, digital-ресурсам или другим коммуникационным структурам, обеспечивающим информационную поддержку событий Спартакиады в субъекте. Партнер получает право использования статуса в пределах информационных активностей.

7.3. Полномочия региональных органов исполнительной власти

7.3.1. РОИВ обеспечивает разработку и реализацию региональной стратегии партнерства с учетом положений настоящей Программы, Положения о проведении Спартакиады и условий заключенных соглашений.

7.3.2. РОИВ проводит переговоры с потенциальными региональными партнерами, осуществляет предварительную оценку предложений и взаимодействует с Оператором Спартакиады по вопросам согласования предлагаемых категорий и статусов партнеров.

7.3.3. РОИВ обеспечивает сопровождение исполнения партнерских обязательств в пределах территории соответствующего субъекта Российской Федерации.

7.3.4. РОИВ информирует Оператора Спартакиады о предложениях, изменениях условий партнерства и возможных рисках пересечения товарных категорий между уровнями партнерства.

7.4. Порядок согласования статусов

7.4.1. Определение статуса региональных партнеров осуществляется во взаимодействии с Оператором Спартакиады в целях недопущения

пересечения партнерских категорий между уровнями.

7.4.2. Согласование проводится для:

- предотвращения конфликтов с федеральными партнерами;
- исключения пересечения категорий;
- сохранения единой коммуникационной политики.

7.4.3. В случае возникновения разногласий по вопросам распределения партнерских категорий стороны осуществляют взаимодействие для выработки согласованного решения с учетом ранее предоставленных партнерских статусов.

7.5. Права и привилегии региональных партнеров

7.5.1. Права, привилегии и ограничения региональных партнеров определяются разделом 12 настоящей Маркетинговой программы. Реализация прав допускается только в пределах субъекта Российской Федерации и в соответствии с установленной иерархией уровней партнерства.

7.6. Завершение партнерских отношений

7.6.1. Региональный партнер может быть лишен статуса в случаях:

- нарушения условий соглашения;
- использования символики без согласования;
- дискредитации Спартакиады или ее организаторов;
- возникновения конфликтов товарных категорий между уровнями партнерства.

7.6.2. Решение о прекращении статуса принимает Оператор Спартакиады с обязательным уведомлением РОИВ.

8. Отраслевая партнерская программа

Отраслевая партнерская программа является самостоятельным элементом маркетинговой структуры Спартакиады и направлена на систематизацию, регулирование и координацию участия партнеров, привлекаемых

общероссийскими спортивными федерациями (далее — Федерации) в рамках подготовки и проведения Спартакиады.

Программа устанавливает порядок взаимодействия Оператора Спартакиады с федерациями в области привлечения партнеров, использования символики Спартакиады на уровне отдельных видов спорта, а также механизмы недопущения пересечения коммерческих категорий между федеральными, региональными и отраслевыми уровнями.

8.1. Статус отраслевых партнеров

В рамках Спартакиады отраслевые партнеры, привлекаемые спортивными федерациями, относятся к отдельной категории — партнеры вида спорта.

Данная категория предназначена для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих поддержку конкретного вида спорта в рамках Спартакиады и взаимодействующих со спортивными федерациями.

Партнеры вида спорта получают возможности работы исключительно в рамках соответствующей спортивной дисциплины и не претендуют на интеграцию в федеральную или региональную систему партнерства, если иное не предусмотрено соглашением.

Соглашения с партнерами вида спорта заключаются спортивными федерациями самостоятельно при условии обязательного предварительного согласования с Оператором Спартакиады.

8.2. Принципы взаимодействия Оператора Спартакиады и спортивных федераций

- Разграничение уровней партнерства

Спортивные федерации вправе привлекать партнеров исключительно в категорию «партнер вида спорта» без права позиционирования таких партнеров в качестве федеральных или региональных партнеров Спартакиады;

- Обязательное согласование

Привлечение партнеров вида спорта осуществляется при условии предварительного согласования с Оператором Спартакиады, включая согласование товарной категории, объема прав и форм использования символики;

- Недопущение пересечения товарных категорий

Партнеры вида спорта не могут быть конкурентами федеральных или региональных партнеров в аналогичной товарной категории. При наличии закреплённой категории на федеральном или региональном уровне привлечение партнера вида спорта в данной категории не допускается;

- Единое визуальное оформление

Спортивные федерации обязаны обеспечивать соблюдение требований к использованию символики Спартакиады, размещению логотипов партнеров и оформлению площадок соревнований;

- Ограничение объема прав

Права, предоставляемые партнерам вида спорта, ограничиваются рамками соответствующей спортивной дисциплины и не могут выходить за пределы, установленные настоящей Маркетинговой программой и условиями согласования с Оператором Спартакиады.

8.3. Права отраслевых партнеров

Права, привилегии и ограничения партнеров спортивных федераций определяются разделом 12 настоящей Маркетинговой программы.

Партнеры вида спорта обладают правами строго в рамках дисциплины и в соответствии с отраслевым уровнем партнерства.

8.4. Порядок согласования отраслевых партнеров

Федерации обязаны предоставить Оператору Спартакиады следующую информацию:

- наименование потенциального партнера;
- предлагаемую товарную категорию;

- объем партнерских прав, который предполагается предоставить;
- срок действия соглашения;
- контактное лицо Федерации.

Оператор Спартакиады рассматривает заявку и:

- либо подтверждает возможность сотрудничества;
- либо предоставляет мотивированный отказ (в случае пересечения категорий, нарушения регламента или недопустимости брендинга).

8.5. Использование символики отраслевыми партнерами

Использование символики допускается только:

- после визуального согласования макетов;
- с обязательным указанием дисциплины;
- в объеме, указанном в регламенте использования символики.

Партнерам категорически запрещено искажать символику, комбинировать ее с коммерческими элементами либо использовать в категории товаров, не согласованных с Оператором Спартакиады.

8.6. Ответственность спортивных федераций

Федерации несут ответственность за:

- корректность предоставляемых партнерских прав;
- соблюдение правил визуальной коммуникации;
- исполнение запрета на пересечение категорий;
- своевременное согласование всех макетов рекламных материалов;
- предотвращение некорректного позиционирования партнеров вида спорта.

Оператор Спартакиады оставляет за собой право приостановить партнерскую активность федерации в случае нарушений.

9. Регламент размещения символики Спартакиады

9.1. Использование символики Спартакиады допускается исключительно в объеме прав, предусмотренных соглашением о партнерстве.

9.2. Требования к визуальной идентификации, правила размещения символики и графические стандарты определяются брендбуком Спартакиады.

9.3. Использование символики не может выходить за пределы уровня партнерства, установленного соглашением.

10. Процедура выбора партнеров Спартакиады

10.1. Общие принципы отбора

10.1.1. Процедура выбора партнеров осуществляется на основе открытости, прозрачности и недопущения конфликта интересов.

10.1.2. Отбор партнеров проводится раздельно по трем уровням:

- федеральный;
- региональный;
- отраслевой (партнеры спортивных федераций).

10.1.3. Каждый партнер получает права только в пределах своей категории и не может выходить за ее рамки.

10.2. Порядок отбора федеральных партнеров

10.2.1. Партнеры направляют в адрес Оператора Спартакиады заявку на участие в федеральной партнерской программе, содержащую:

- описание деятельности и предложения;
- товарную категорию;
- объем предполагаемого партнерского вклада;
- предварительное видение размещения и активаций.

10.2.2. Заявки проходят экспертизу, проводимую Оператором Спартакиады, в срок не более 10 рабочих дней со дня их получения, на предмет:

- соответствия имиджу Спартакиады;
- отсутствия конфликта категорий;

- финансовой и организационной состоятельности.

10.2.3. После рассмотрения формируется перечень рекомендуемых партнеров, утверждаемый Оператором Спартакиады.

10.2.4. С партнерами заключается соглашение, после чего они получают статус и доступ к пакету прав.

10.3. Порядок привлечения региональных партнеров

10.3.1. Привлечение региональных партнеров осуществляется РОИВ с последующим согласованием с Оператором Спартакиады.

10.3.2. РОИВ направляют Оператору Спартакиады перечень предлагаемых региональных партнеров для согласования.

10.3.3. Оператор Спартакиады проверяет:

- отсутствие пересечения с федеральными партнерами;
- соответствие товарной категории;
- корректность уровня размещения.

10.3.4. После согласования РОИВ направляют Оператору Спартакиады информацию о партнерах, с которыми Оператор Спартакиады заключает соглашения о партнерстве.

10.3.5. Права этих партнеров действуют только в рамках субъекта Российской Федерации.

10.4. Порядок привлечения партнеров спортивных федераций

10.4.1. Каждая спортивная федерация имеет право привлекать партнеров в своей дисциплине.

10.4.2. Федерация подает Оператору Спартакиады заявку, в которую включаются:

- товарная категория;
- предполагаемые формы участия партнера, включая варианты размещения символики, рекламные интеграции, коммуникационные и имиджевые мероприятия;
- зоны размещения;

- сведения о товарной категории партнера для оценки отсутствия пересечения с ранее предоставленными партнерскими статусами.

10.4.3. После согласования федерация самостоятельно заключает соглашение со своим партнером с обязательным учетом требований настоящей Маркетинговой программы и предварительного согласования с Оператором Спартакиады.

10.4.4. Права таких партнеров ограничены рамками конкретного вида спорта.

10.5. Основания для отказа в согласовании

Отказ возможен при наличии одного или несколько из перечисленных оснований:

- конфликта товарных категорий;
- несовместимости бренда с публичной политикой Спартакиады;
- нарушений условий предыдущих проектов;
- недостоверных данных.

10.6. Завершение процедуры отбора и согласования партнеров и вступление в силу их прав

- партнер получает статус после подписания соглашения о партнерстве;
- использование символики до заключения соглашения не допускается;
- партнеры включаются в единую базу партнерской программы.

11. Требования к категориям партнерства

Настоящий раздел устанавливает критерии, ограничения и принципы, на основании которых формируются категории партнеров Спартакиады на федеральном, региональном и отраслевом уровнях. Требования направлены на обеспечение прозрачности, недопущение конфликта интересов, соблюдение прав интеллектуальной собственности и предотвращение пересечений между различными уровнями партнерства.

11.1. Общие требования к партнерам

11.1.1. Партнером Спартакиады может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, деятельность которого соответствует законодательству Российской Федерации и не противоречит целям проведения спортивных мероприятий.

11.1.2. Партнеры должны обладать устойчивой деловой репутацией, отсутствием негативной судебной или правоприменительной практики, а также не иметь признаков недобросовестной коммерческой деятельности.

11.1.3. Партнер не должен быть связан с производством, оборотом или продвижением продукции и услуг, не допускаемых к использованию в спортивной сфере, в том числе:

- алкогольной продукции (за исключением безалкогольной);
- табачных изделий и электронных систем доставки никотина;
- запрещенных субстанций и препаратов;
- азартных игр и букмекерской деятельности (в соответствии с действующими нормативами участия в спортивных мероприятиях);
- продукции и услуг, нарушающих нормы этики и общественной морали.

11.1.4. Партнеры обязаны соблюдать регламенты использования символики Спартакиады и действующие правила визуальной идентификации.

11.1.5. Партнерские взносы могут быть предоставлены в форме денежных средств, товаров, оборудования, услуг или комплексных решений, при условии документального подтверждения их стоимости.

11.2. Требования к федеральным партнерам

11.2.1. Федеральный партнер осуществляет поддержку Спартакиады с территориальным охватом на уровне Российской Федерации.

11.2.2. Ключевые критерии:

- наличие федеральной сети или федерального рынка сбыта;
- способность обеспечить поддержку мероприятий на всей территории проведения Спартакиады;

- готовность к предоставлению участия в комплексной партнерской программе, включая медийные, логистические, социальные и инфраструктурные элементы.

11.2.3. Федеральные партнеры обладают высшим уровнем прав и привилегий и получают размещение на всех федеральных носителях Спартакиады.

11.3. Требования к региональным партнерам

11.3.1. Региональный партнер реализует права, предусмотренные настоящей Программой, в пределах территории соответствующего субъекта Российской Федерации.

11.3.2. К региональным партнерам предъявляются следующие требования:

- осуществление хозяйственной деятельности на территории соответствующего субъекта Российской Федерации, включая наличие филиала, представительства либо фактическое присутствие в регионе проведения мероприятий;
- способность обеспечить поддержку спортивных объектов, мероприятий и локального продвижения Спартакиады;
- готовность соблюдать требования к использованию символики Спартакиады и ограничения, связанные с уровнем партнерства, предусмотренные соглашением и брендбуком.

11.3.3. Региональные партнеры не имеют права на размещение своей символики на федеральных носителях Спартакиады.

11.3.4. В одном субъекте могут действовать несколько региональных партнеров при условии отсутствия конфликта товарных категорий.

11.4. Требования к отраслевым партнерам

11.4.1. Отраслевой партнер осуществляет поддержку соревнований по соответствующему виду спорта в пределах прав, предусмотренных настоящей Программой и соглашением о партнерстве.

11.4.2. Критерии участия:

- партнерство должно быть официально оформлено между юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем и федеральной спортивной федерацией;
- партнерство должно быть направлено исключительно на поддержку соревновательного процесса по соответствующему виду спорта;
- размещение символики допускается только в пределах прав, предусмотренных соглашением о партнерстве, и не может распространяться на федеральный или региональный уровни.

11.4.3. Партнеры спортивных федераций не могут претендовать на статус федерального или регионального партнера без прохождения соответствующих процедур выбора.

11.4.4. Товарные категории внутри одного вида спорта регулируются спортивной федерацией совместно с Оператором Спартакиады для недопущения пересечений.

11.5. Требования к товарным категориям

11.5.1. Категории товаров и услуг определяются в соответствии с классификацией, применяемой в маркетинговой системе Спартакиады, и формируются на основе:

- характера продукции;
- сферы применения;
- ожидаемого уровня интеграции в мероприятия.

11.5.2. В рамках одного уровня партнерства категория является эксклюзивной, за исключением случаев, когда Оператор Спартакиады принимает решение о возможности присутствия нескольких партнеров (например, при разделении подкатегорий).

11.5.3. Недопустимо пересечение категорий:

- между федеральным и региональным уровнями;
- между регионами;
- между федерациями и федеральным уровнем.

11.5.4. При рассмотрении заявки потенциальный партнер обязан предоставить точное описание категории, коммерческого интереса и объема предлагаемых прав.

12. Права и привилегии по уровням

Настоящий раздел устанавливает систему прав и привилегий партнеров различных уровней, предоставляемых в рамках маркетинговой программы Спартакиады. Права определяются в зависимости от уровня участия, территориального охвата и характера взаимодействия с Оператором Спартакиады.

12.1. Права и привилегии федеральных партнеров

Федеральные партнеры реализуют права в пределах территории Российской Федерации в соответствии с условиями соглашения о партнерстве.

12.1.1. Использование символики и статуса

Федеральному партнеру предоставляется право:

- использовать статус «Федеральный партнер II Всероссийской Спартакиады...»;
- использовать символику Спартакиады, включая логотип и фирменный стиль, в рамках согласованных макетов;
- размещать символику во всех коммуникациях компании, относящихся к партнерству.

12.1.2. Размещение логотипов

Федеральный партнер имеет приоритетное размещение логотипа:

- в официальных соцсетях Спартакиады;
- в федеральных пресс-релизах и пост-релизах;
- на центральной линии бренд-бордов;
- на пресс-воллах федеральных мероприятий;
- в официальном федеральном контенте (тизеры, ролики, отчеты, медиа-материалы);
- в рамках федеральной деловой программы (форумы, панели, презентации).

Размещение логотипов партнеров осуществляется в соответствии с утвержденной структурой и приоритетами, представленными в Приложении 1 к настоящей Маркетинговой программе.

12.1.3. Маркетинговые и коммуникационные возможности

Федеральным партнерам предоставляется право:

- участия в официальных церемониях (открытие, закрытие, финальные мероприятия);
- выступления на федеральной деловой программе;
- организации партнерской зоны на согласованных федеральных площадках;
- возможность вручения наград (открытие, закрытие, финалы);
- получения приоритета в медиа-публикациях Оператора Спартакиады.

12.1.4. Ограничения

Федеральному партнеру гарантируются:

- эксклюзивность товарной категории (одна категория — один федеральный партнер);
- приоритет над всеми региональными и отраслевыми партнерами;
- обязательное согласование всех макетов и материалов с Оператором Спартакиады.

12.2. Права и привилегии федеральных поставщиков

Федеральные поставщики обеспечивают функциональное участие в Спартакиаде в рамках своей категории.

12.2.1. Использование статуса

- право использовать статус «Федеральный поставщик Спартакиады»;
- использование символики в рамках своей категории обеспечения и в согласованных макетах.

12.2.2. Размещение логотипа

Федеральные поставщики получают право на размещение:

- в соцсетях Спартакиады (в разделе «Поставщики»);
- на официальных пресс-материалах, содержащих перечень поставщиков;

- на бренд-бордах второго уровня (под федеральными партнерами).

12.2.3. Участие

Федеральный поставщик имеет право:

- демонстрировать оборудование на объектах Спартакиады (при необходимости);
- интегрироваться в федеральные фото- и видеоматериалы как официальный поставщик.

12.2.4. Ограничения

- эксклюзивность категории (один поставщик — одна категория).

12.3. Права и привилегии федеральных информационных партнеров

12.3.1. Статус

- право официального статуса «Федеральный информационный партнер Спартакиады».

12.3.2. Права

- приоритетная аккредитация на федеральные мероприятия;
- доступ к пресс-подходам;
- возможность создания совместных инфоповодов и спецпроектов.

12.3.3. Размещение логотипа

- на федеральных информационных ресурсах Спартакиады (пресс-релизы, медиа-материалы, соцсети);
- на пресс-воллах федеральных пресс-мероприятий;
- в официальных видеоматериалах.

12.3.4. Ограничения

Федеральным информационным партнерам запрещается:

- использовать символику Спартакиады в коммерческих целях, не связанных с информационной поддержкой мероприятия;
- передавать права на использование статуса или символики Спартакиады третьим лицам

12.4. Права и привилегии региональных партнеров

Региональные партнеры работают только в пределах одного субъекта Российской Федерации.

12.4.1. Использование статуса и символики

Региональный партнер получает право:

- использовать статус «Региональный партнер Спартакиады» в пределах региона;
- использовать символику Спартакиады на согласованных региональных носителях.

12.4.2. Размещение логотипа

Региональный партнер имеет право размещать логотип:

- на региональных фан-зонах, баннерах, объектах;
- на региональных информационных носителях;
- в региональных пресс-релизах, медиа-материалах и трансляциях.

12.4.3. Мероприятия

Региональные партнеры могут:

- проводить промо-активности на региональных площадках;
- участвовать в церемониях награждения на уровне региона;
- размещать промо-материалы в согласованных зонах.

12.4.4. Ограничения

Региональные партнеры не вправе:

- размещать символику и партнерские обозначения на федеральных носителях Спартакиады;
- осуществлять использование статуса регионального партнера за пределами соответствующего субъекта Российской Федерации;
- осуществлять деятельность в товарной категории, закрепленной за федеральным партнером либо иным региональным партнером в пределах соответствующего субъекта Российской Федерации.

12.5. Права и привилегии региональных поставщиков

12.4. Права и привилегии региональных партнеров

Региональные партнеры работают только в пределах одного субъекта Российской Федерации.

12.4.1. Использование статуса и символики

Региональный партнер получает право:

- использовать статус «Региональный партнер Спартакиады» в пределах региона;
- использовать символику Спартакиады на согласованных региональных носителях.

12.4.2. Размещение логотипа

Региональный партнер имеет право размещать логотип:

- на региональных фан-зонах, баннерах, объектах;
- на региональных информационных носителях;
- в региональных пресс-релизах, медиа-материалах и трансляциях.

12.4.3. Мероприятия

Региональные партнеры могут:

- проводить промо-активности на региональных площадках;
- участвовать в церемониях награждения на уровне региона;
- размещать промо-материалы в согласованных зонах.

12.4.4. Ограничения

Региональные партнеры не вправе:

- размещать символику и партнерские обозначения на федеральных носителях Спартакиады;
- осуществлять использование статуса регионального партнера за пределами соответствующего субъекта Российской Федерации;
- осуществлять деятельность в товарной категории, закрепленной за федеральным партнером либо иным региональным партнером в пределах соответствующего субъекта Российской Федерации.

12.5. Права и привилегии региональных поставщиков

12.5.1. Права

- статус «Региональный поставщик»;
- размещение логотипа на согласованных региональных носителях;
- указание в локальных коммуникациях региона.

12.5.2. Ограничения

- работа только в пределах одного региона;
- категорическое отсутствие пересечений с федеральными и региональными партнерами по категориям.

12.6. Права и привилегии региональных информационных партнеров

12.6.1. Права

- аккредитация на региональных мероприятиях Спартакиады;
- упоминание в региональных пресс-релизах;
- размещение логотипов на региональных пресс-воллах.

12.6.2. Ограничения

Региональным информационным партнёрам запрещается:

- позиционировать себя в качестве федерального информационного партнера Спартакиады;
- позиционировать себя как партнера Спартакиады без указания регионального уровня;
- осуществлять деятельность, пересекающуюся с товарными категориями федеральных информационных партнеров Спартакиады.

12.7. Права и привилегии партнеров спортивных федераций

Партнеры спортивных федераций действуют исключительно в рамках одного вида спорта.

12.7.1. Использование символики

Партнер получает право:

- использовать символику Спартакиады только в связке с указанным видом спорта;

- использовать символику в коммуникациях спортивной федерации.

12.7.2. Размещение логотипа

Партнер федерации имеет право размещать логотип:

- на объектах проведения соревнований по конкретному виду спорта;
- на носителях спортивной федерации (афиши, соцсети, видеоматериалы);
- на элементах оформления мероприятий по соответствующему виду спорта.

12.7.3. Активности

Партнер может:

- проводить активности в рамках мероприятий данного вида спорта;
- участвовать в церемониях дисциплины;
- интегрировать оборудование, инвентарь или экипировку (при согласовании федерации).

12.7.4. Ограничения

- категорически запрещено выходить за пределы дисциплины;
- статус должен указывать конкретный вид спорта («Партнер вида спорта...»);
- категории не могут конфликтовать с федеральными партнерами;
- логотип не допускается к размещению на пресс-воллах и иных носителях, не относящихся к соответствующему виду спорта.

12.8. Ограничения и запреты

Для обеспечения прозрачной, справедливой и согласованной системы партнерства применяются следующие ограничения:

- партнеры нижнего уровня не могут получать права и привилегии, предусмотренные для партнеров более высокого уровня;
- не допускается коммерческая деятельность, противоречащая установленным товарным категориям;
- категорически запрещено пересечение товарных категорий между уровнями партнерства без согласования с Оператором Спартакиады;

- любые материалы и активности, связанные с использованием символики Спартакиады, подлежат обязательному предварительному согласованию с Оператором Спартакиады.

12.9. Принципы распределения партнерских прав

Распределение партнерских прав осуществляется на основе следующих принципов:

- разграничение уровней партнерства по территории реализации и объекту поддержки;
- недопущение пересечения товарных категорий;
- обеспечение прозрачности и предсказуемости условий партнерства;
- уважение ранее заключенных соглашений;
- равенство участников партнерской системы в пределах предоставленного статуса.