

## 제5장 마케팅

### 총칙

#### 제 1조 명칭

본 시행 규정은 한국프로축구연맹 마케팅규정(이하 '규정'이라 함)이라 칭한다.

#### 제 2조 목적

본 규정은 한국프로축구연맹(이하 '연맹'이라 함)의 사업 및 마케팅 관련 사항을 통일화하며, 연맹과 클래식리그, 챌린지리그의 회원단체(이하 '구단'이라 함) 및 감독을 포함한 모든 스태프(이하 '코칭스태프'이라 함), 프로선수(이하 '선수'라 함) 등을 활용한 마케팅을 통하여 K리그 전체의 사업 수준을 향상시키는데 그 목적이 있다.

#### 제 3조 적용

본 규정은 연맹에 등록된 구단, 코칭스태프 및 선수에게 적용되며, 본 규정에서 정하지 않는 사항에 대해서는 대한축구협회규정, AFC규정, FIFA규정 등을 준용하여 이사회에서 결정한다.

## 사업의 권리와 범위

### 제 4조 연맹과 구단의 관계

- ① 연맹은 구단들의 사업적 이득을 극대화하기 위하여 본 규정에 명시된 범위 내에서 구단과 합의된 내용을 통합적 마케팅으로 활용 할 수 있다.
- ② 구단은 연맹의 통합적 마케팅 권리에 대해 적극적으로 협조하여야 하며, 본 규정에 명시된 권리와 의무를 충실히 이행하여야 한다.
- ③ 구단의 사업 효율화 및 활성화를 위하여 규정 제6조(광고사업의 권리와 범위) 4항에 의거 구단 스폰서 현황을 연맹에 제출하여야 하며, 해당 자료는 K리그 전체 마케팅 활성화를 위하여 활용한다.
- ④ 연맹과 구단은 사업의 환경 변화에 따라 연맹 마케팅 범위를 조정 할 수 있으며, 그 범위는 이사회에서 결정한다.

### 제 5조 중계방송 사업의 권리와 범위

- ① 연맹의 주최·주관 대회, K리그 대상, 올스타전, 이벤트 경기 등의 중계방송 및 취재 권리의 판매와 그에 따른 영상사업 등 K리그 방송과 관련된 일체의 권한은 연맹이 가진다.
- ② 중계권 협상은 국내 및 해외 모든 지역까지 포함한다.
- ③ 중계권에 포함되는 미디어의 종류는 지상파, 케이블, 지역민방, SO(SystemOperator), IPTV, HDTV, 위성 유료TV, DMB, 라디오, 인터넷포털 등 시청자들에게 전송되는 모든 과정을 포함한다.
- ④ 연맹과 계약된 중계방송사 이외 취재를 목적으로 한 영상촬영 및 인터뷰와 관련된 사항들은 연맹에 사전 요청하여 승인을 득한 후 취재에 응해야 하며, 기타 자세한 절차 등은 대회요강에 따른다.

### 제 6조 광고 사업의 권리와 범위

연맹이 주최·주관하는 대회의 스폰서십에 관한 사항은 이사회에서 정하며, 모든 대회의 공식명칭 사용 및 연맹 스폰서의 권리사항에 대해서는 구단과 협의를 거쳐 결정한다.

- ① 대회 타이틀스폰서

- 1) 구단은 연맹이 주최·주관하는 공식대회의 명칭사용권을 포함한 타이틀스폰서 유치에 대한 사업 권리를 연맹에 위임하며, 구단은 연맹이 정하는 타이틀스폰서명이 포함된 공식대회 명칭을 사용하여야 한다.
- 2) 연맹은 대회 타이틀스폰서의 권리사항에 대해 구단의 각종 사업 및 홈경기의 권리 또는 권한에 포함되는 사안의 경우 구단과 협의한다.
- 3) 구단은 연맹이 제시한 대회 타이틀스폰서의 명칭, CI 등을 정확히 사용하여야 한다.
- 4) 구단은 본 규정 제3장(광고의 설치 및 운영)에 따른 타이틀스폰서의 권리사항을 준수하여야 한다.
- 5) 구단이 타이틀스폰서의 명칭 및 CI 등에 대한 규정을 위반했을 경우 타이틀스폰서 수익금 배분 금지 등의 제재를 받을 수 있다.

## ② 대회 오피셜스폰서

- 1) 구단은 연맹이 주최·주관하는 공식대회에 필요한 오피셜스폰서 유치에 대한 사업권리를 연맹에 위임한다.
  - 2) 연맹은 대회 오피셜스폰서의 권리사항을 규정화하고, 구단의 각종 사업 권리와 권한에 포함되는 사안에 대해서는 구단과 협의한다.
  - 3) 연맹이 주최·주관하는 대회의 모든 경기에는 연맹 오피셜스폰서의 매치볼을 독점적으로 사용한다.
  - 4) 구단은 본 규정 제3장(광고의 설치 및 운영)에 따른 광고게재를 포함한 오피셜스폰서 의 권리사항을 준수하여야 한다.
- ③ 구단은 스폰서 유치와 관련된 자료를 별첨 1.의 양식에 맞게 시즌 개막 15일전까지 연맹에 제출하여야 하며, 이후 변동 및 추가 사항이 있을 경우 수시로 연맹에 통보한다.
- ④ 구단 스폰서 등의 광고보드를 설치하는 경우는 원칙적으로 기 계약된 연맹의 타이틀스폰서 또는 오피셜스폰서와 카테고리(업종)가 중복될 수 없다. 단, 모기업이 연맹 스폰서 카테고리과 중복되는 경우는 예외로 한다.

## 제 7조 입장권 판매 권리 및 사업

- ① 연맹이 주최·주관하는 대회의 입장권 판매에 대한 권리는 홈팀이 갖는다.
- ② 구단은 연맹에 등록된 입장권 판매 대행업체를 선정하여야 한다.
- ③ 홈팀은 입장권 종류, 가격 등과 관련된 사항에 대해 결정권한이 있으나 본 규정 제5장(입장권 및 관중집계)을 준수하여야 한다.
- ④ 구단은 본 규정 제26조(입장권) 4항에 따라 입장권 판매와 관련된 사항을 공식문서로 제출한다.

## 제 8조 상품화 권리 및 사업

연맹과 구단은 각 등록된 상표, 명칭, 마크(로고, 엠블렘), 마스코트, 의장 외 연맹 또는 구단을 표시하는 것에 대하여 상품을 개발하고 등록, 관리, 판매할 권리를 갖는다.

### ① 용어의 정의

용어의 정의는 다음과 같다.

No.	용어	용어의 정의
1	마크 등	연맹 또는 구단의 상표, 명칭, 마크(로고, 엠블렘), 마스코트, 의장 외 K리그 또는 구단을 표시하는 것
2	상품화 권리	로고 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 권리
3	「Case·K」	연맹의 로고 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우
4	「Case·K+ 모든 구단」	연맹 및 모든 구단의 로고 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우
5	「Case·K+1 구단」	연맹 및 1개의 구단의 마크 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우
6	「Case·1 구단」	1개의 구단의 마크 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우

### ② 상품화권리 운영

#### 1) 「Case.K」와 「Case.K+모든 구단」

→ 연맹에 모두 귀속되고 연맹만이 권리를 행사할 수 있다.

#### 2) 「Case.K+1구단」

→ 연맹 및 해당 구단에 귀속되고 연맹과 해당 구단이 권리를 행사하되 상품화 전에 사전 서면 합의 한다.

#### 3) 「Case.1구단」

→ 해당 구단에 귀속되고 해당 구단만 권리를 행사한다. 단, 연맹의 비용으로 디자인을 개발하여 상품화를 진행할 경우, 구단과 사전 서면 합의 한 후 진행한다.

## 제 9조 초상권 사용 권리

① 연맹은 2개 구단 이상 또는 3명 이상의 코칭스태프 및 선수의 초상, 이름, 약력을 집합적으로 사용할 경우 무상으로 사용할 수 있다.

② 선수에 대한 초상권은 원칙적으로 소속 구단에 있으며, 특정 선수의 초상을 상업적으로 사용하는 경우에는 사전에 해당 구단과 협의한다.

③ 연맹은 구단의 코칭스태프 또는 선수를 연맹의 광고 선전, 홍보·프로모션 및 연맹

관련 단체행사 등에 출연을 요청할 수 있으며, 구단은 최대한 협조한다.

## **제 10조 기타 사업권리**

- ① 연맹과 구단은 사전 합의한 후 제 2장(사업의 권리와 범위)에 명시되어 있는 사업 이외 수익사업을 시행 할 수 있으며, 필요시 정보를 제공할 수 있다.
- ② 경기장 내/외의 상업적 권리의 소유권은 경기 2일전부터 경기 1일 후까지 대회 주관 연맹 및 구단이 독점적으로 보유하고 관리한다.

## 광고의 설치 및 운영

### 제 11조 광고보드의 종류 및 설치

① 경기장에 설치할 수 있는 광고보드의 종류는 다음과 같다.

구분	규격 및 노출시간	특징
A보드	6m X 1m / 경기시간 중	인쇄된 브랜드 디자인을 A보드에 고정
롤링보드	無 / 1구좌당 4분 28초	인쇄된 브랜드디자인을 기계식으로 회전시켜 순차적으로 표출
LED보드 (전면 및 3면)	無 / 1구좌당 4분 28초	영상 및 사진 등을 LED장치로 표출
90도입체광고	경기시간 중	좌우측 골대에서 위쪽 공간으로 설치
골대 측면광고	경기시간 중	좌우측 골대 측면에 설치

※ 롤링보드 및 LED보드는 21구좌 기준(4분28초/1구좌)

② 경기장 내 연맹이 지정한 위치에 타이틀 및 오피셜스폰서의 A-보드, 롤링보드, LED광고, 90°입체광고, 골대 측면광고 등을 설치할 수 있으며, 연맹 광고 구좌 수는 다음과 같다. (별첨 2. 참조)

구분	타이틀 스폰서	오피셜 스폰서(또는 타이틀 스폰서)	비고
A보드 (6mX1m)	① 전면 정중앙 2구좌 ② 전면 양쪽 끝 2구좌	① 전면 : 타이틀스폰서 광고 우측 1구좌 ② 골대 뒤 : 양쪽 정중앙 각 1구좌	※ 전면 21구좌 / 양쪽 골대 뒤 각 10구좌 기준
롤링보드	① 전면 정중앙 2구좌 ② 전면 양쪽 끝 2구좌	① 전면 : 타이틀스폰서 광고 우측 1구좌 ② 골대 뒤 : 양쪽 정중앙 각 1구좌	
LED 보드	전면 ① 전면 고정 : 정중앙 2구좌 (15m X 1m) ② 전면 LED : 2구좌(8분 56초)	① 전면 LED : 1구좌(4분 28초) ② 골대 뒤 : 양쪽 정중앙 각 1구좌	※ 우측 : 본부석에서 바라봤을 때 우측
	3면 ① 전면 고정(타이틀스폰서) : 정중앙 2구좌(15m X 1m) ② 3면 LED : 3구좌(13분 24초) 기준(시간범위 내 구좌 추가 시 구단과 협의)		※ 3면 전체 21구좌 기준
90도 입체광고	-	양쪽 골대의 먼 쪽 각 2구좌(총 4구좌)	※ 먼 쪽 : 본부석에서 바라봤을 때 먼 쪽
골대 측면광고	-	양쪽 골대 측면 각 2구좌(총 4구좌)	

- ③ 경기장 내 A-보드, 롤링보드, LED보드는 터치라인으로부터 최소 5m이상, 골라인으로부터 6m이상 떨어져 있어야 한다. 단, 경기장 조건에 따라 조정이 필요한 경우 연맹과 사전 협의 한다.

### 제 12조 타이틀스폰서 광고 운영

- ① 구단은 연맹이 지정한 위치에 타이틀스폰서 광고를 설치할 수 있는 공간을 확보.제공하여야 하며, 타이틀스폰서 광고보드 위치에 다른 광고를 설치해서는 안 된다. (별첨 2. 참조)
- ② 대회 타이틀스폰서 보드는 원칙적으로 전면 정중앙에 가로6m×세로1m×2구좌의 크기로 설치한다.

구분	규격	위치
A-보드	6m×세로1m×2구좌	경기장 본부석 건너편 정중앙
롤링보드		
LED보드	LED 2구좌 또는 가로 15m이상	LED보드 구좌 내 또는 LED보드 상단

- ③ 연맹의 타이틀스폰서 광고 구좌 수는 전면 정중앙 2구좌, 전면 양쪽 끝 2구좌, 90°입체광고 2구좌로 운영되며, 클래식과 챌린지 리그는 다르게 운영될 수 있다.

### 제 13조 오피셜스폰서 광고 운영

- ① 구단은 연맹이 지정한 위치에 오피셜스폰서 광고를 설치할 수 있는 공간을 확보.제공하여야 하며, 오피셜스폰서 광고보드 위치에 다른 광고를 설치해서는 안 된다. (별첨 2. 참조)
- ② 연맹의 오피셜스폰서 광고 구좌 수는 본부석 기준 전면 대회 타이틀스폰서 광고 오른쪽 1구좌, 90°입체광고 2구좌, 골대 측면광고 4구좌로 운영되며, 클래식과 챌린지 리그는 다르게 운영될 수 있다.

### 제 14조 90°입체광고 운영

- ① 구단은 경기장 내 연맹이 지정한 위치에(골라인과 골대 뒤 광고보드 사이) 90°입체광고를 설치할 수 있는 공간을 확보.제공하여야 한다.
- ② 연맹은 경기장 본부석을 기준으로 좌우측 골대 먼 쪽(위쪽) 공간에 연맹의 타이틀 또는 오피셜스폰서 광고 4구좌를 독점적으로 설치할 수 있으며, 클래식과 챌린지 리그는 다르게 운영될 수 있다. (별첨 2. 참조)

- ③ 90°입체광고의 규격 및 위치는 연맹이 판단하여 선수들의 안전성과 심판판정의 용이성을 고려하여 설치한다.

### **제 15조 골대 측면광고 운영**

- ① 구단은 경기장 본부석을 기준으로 좌우측 골대 양쪽 측면에 연맹의 타이틀 또는 오피셜스폰서 광고 4구좌를 설치할 수 있는 공간을 확보.제공하여야 하며, 연맹이 독점적으로 설치할 수 있다.
- ② 골대 측면광고의 규격 및 위치는 연맹이 판단하여 선수들의 안전성과 심판판정의 용이성을 고려하여 설치한다.

### **제 16조 인터뷰 백드롭 운영**

- ① 연맹은 타이틀스폰서 및 오피셜스폰서의 로고가 들어간 인터뷰 백드롭 배너를 제작하여 각 구단에 제공하여야 하며, 연맹 스폰서 이외 구단의 로고를 삽입하여야 한다. 단, 비율은 연맹이 결정한다.
- ② 구단은 K리그 공식경기과 관련된 모든 인터뷰 진행 시 연맹에서 제공한 백드롭을 사용하여야 한다.
- ③ 인터뷰 백드롭의 사용은 공식인터뷰 및 플래쉬 인터뷰 시 사용한다.

### **제 17조 기타 광고 설치**

- ① 구단은 연맹이 지정한 이외의 광고보드를 설치할 경우 연맹에 사전 승인을 받아야하며, 연맹 구좌 수 및 보드에 지장을 주어서는 안 된다.
- ② 연맹은 스폰서의 홍보.프로모션, 캠페인 등을 위해 구단과 사전 합의한 후 보드 및 배너를 추가 설치할 수 있다.

### **제 18조 광고운영의 제재**

구단이 제3장(광고의 설치 및 운영)을 위반하였을 때는 마케팅규정 제32조(유형별 제재) 1항에 따라 제재를 받을 수 있다.

#### **제 18조의 1 금지광고물 등**



① 구단은 다음 각 호를 내용으로 하거나 이와 관련된 사업, 상품, 업체, 단체의 명칭이 포함된 광고물을 설치하여서는 아니 된다.

1. 법령에서 금지된 것

2. 특정 종교 또는 특정 정치세력을 홍보하는 것

3. 인종차별적 또는 성차별적 내용으로 인권침해의 우려가 있는 것

4. 음란하거나 퇴폐적인 내용으로 미풍양속을 해칠 우려가 있는 것

5. 국민체육진흥법에 근거하여 발행되는 체육진흥투표권 이외에 스포츠 경기의 결과에 베팅이나 배당을 하는 행위 또는 이를 모사한 게임으로서 사행성을 조장할 우려가 있는 것

② 구단이 위 제1항을 위반하였을 때에는 마케팅규정 제32조(유형별 제재) 제5항에 따라 제재를 받을 수 있다.

## 팀 색상 및 유니폼

### 제 19조 유니폼 색상 및 문자 표기

- ① 구단은 연맹에 등록하고 승인된 유니폼만을 사용하여야 한다.
- ② 구단은 총3가지 종류의 유니폼을 등록할 수 있으며 제1유니폼, 제2유니폼, 제3유니폼 순으로 유니폼을 지정하여야 한다.
- ③ 제1유니폼의 색상은 유색으로 하여야 하며, 제2유니폼은 제1유니폼과 명확히 구별되는 색상으로 하여야 한다.
- ④ 구단 유니폼의 주된 색상 구성은 3가지까지만 허용된다. 단, 광고, 이름, 배번 등의 각종 문구의 색상은 포함하지는 않는다.

### 제 20조 유니폼 등록 및 변경 승인

- ① 구단은 매년 시즌 개막 60일 전까지 해당 시즌에 착용할 유니폼의 종류별 시안 및 색상 번호를 제출하여야 하며, 개막 15일 전까지 유니폼 등록신청서 및 광고와 리그 패치가 부착된 실제유니폼 샘플을 종류별로 1벌씩 제출하여 연맹의 승인을 받아야 한다.
- ② 연맹은 구단이 제출한 유니폼 샘플의 색상 . 디자인 . 광고 등이 연맹 규정에 위반될 경우 해당 유니폼을 승인하지 않을 수 있으며, 제1항에서 정한 기한까지 유니폼 승인을 받지 못할 경우 구단은 마케팅규정 제32조(유형별 제재) 제2항에 따라 제재를 받을 수 있다.
- ③ 구단은 시즌 중 유니폼의 색상 . 디자인 . 광고의 변경, 특정 경기나 행사를 기념하기 위한 문구의 추가, 기념유니폼 제작 등의 경우 경기 시작 7일 전까지 유니폼 변경신청서 및 유니폼 샘플 1벌을 제출하여 연맹의 승인을 받아야 한다.
- ④ 구단 유니폼에는 선수 개개인의 개별 광고, 캠페인 등 기타 문구를 별도 등록하여 착용할 수 없다.
- ⑤ 구단은 제1항 및 제2항에 명시된 기한을 넘겨 변경 및 별도 등록신청을 할 수 없다.

### 제 21조 착용 의무

- ① 경기에 참가하는 각 구단 선수는 반드시 제20조(유니폼 등록 및 변경 승인) 1항에

의해 연맹이 승인한 유니폼(색상, 디자인, 광고 등)을 착용하여야 한다. 만약 승인을 받지 않은 다른 유니폼을 착용했을 경우, 연맹은 해당 구단에 마케팅규정 제32조(유형별 제재) 2항에 따라 제재금을 부과할 수 있다.

- ② 제1유니폼의 착용은 홈팀에 우선권이 있으나, 원정팀의 유니폼 색상이 홈팀과 명확히 구분될 경우, 원정팀도 제1유니폼을 착용할 수 있다.
- ③ 원정팀 유니폼이 홈팀 제1유니폼과 명확히 구분이 되지 않을 경우 경기감독관은 원정팀에 제1, 2유니폼을 조합해서 착용하도록 지시할 수 있다.

### 제 22조 선수 배번 및 마크

- ① 유니폼의 상의 뒷면과 하의 앞면에는 선수의 배번이 명확히 표시되어야 하며, 유니폼 상의 앞면 배번은 구단이 선택하여 표시할 수 있다.
- ② 선수의 배번은 유니폼 색상과 명확히 판별될 수 있는 색상으로 배번의 색상은 모두 동일하여야 한다.
- ③ 배번의 규격과 위치는 다음과 같다. (별첨 3. 참조)

구분	규격	위치
상의 앞면	10cm~15cm	구단의 선택에 따라 표시
상의 뒷면	25cm~35cm	뒷면 정중앙 부분에 위치하도록 표시
하의 앞면	10cm~15cm	구단의 선택에 따라 앞면 아래에 표시

- ④ 유니폼에는 구단을 대표(상징)하는 로고 또는 엠블렘, 마스코트 등의 표식을 부착할 수 있으며, 부착위치와 규격은 다음과 같다.

구분	규격	위치
상의 앞면	100cm <sup>2</sup> 이하	구단의 선택에 따라 가슴부분 1곳 표시,
하의 앞면	50cm <sup>2</sup> 이하	오른쪽 또는 왼쪽 앞부분 아래 1곳
스타킹	25cm <sup>2</sup> 이하	구단에 따라 위치 선택, 양쪽 모두 가능

### 제 23조 연맹 패치 및 구단 광고

- ① 구단은 연맹이 요청하는 연맹 패치(대회 타이틀스폰서명이 포함된)를 반드시 유니폼 상의 왼쪽소매 측면 정중앙에 부착하여야 한다. 단, 구단의 광고 삽입으로 연맹 패치에 영향을 줄 경우 본조 4항에 의거 수정하여야 한다.
- ② 유니폼에는 스폰서 명칭, 상품명 등을 표시할 수 있으며, 유니폼에 스폰서 명칭, 상품명 등 광고를 표시할 경우, 제20조(유니폼 등록 및 변경 승인)에 의하여 연맹의

승인을 받아야 한다.

- ③ 유니폼 광고에는 제18조의1 제1항 각 호를 내용으로 하거나 이와 관련된 사업, 상품, 업체, 단체의 명칭이 포함되어서는 아니 된다.
- ④ 공식대회에 출전한 선수들의 유니폼에 부착된 광고는 모두 동일하여야 하며, 광고가 배번, 연고지역명, 연맹 패치 등의 의무적 부착물에 방해를 줄 경우 연맹은 구단에 수정하도록 요청하고, 구단은 요청 15일 이내에 이를 수정하여야 한다.

## 제 24조 상호, 선수, 연고지명 표시

- ① 상의, 하의, 스타킹에 유니폼 제작업체 또는 공급업체의 상호명(브랜드명, 로고, 엠블렘)은 구단 자율에 따라 그 수량과 크기를 결정하여 표시한다.
- ② 선수명의 표기는 구단 자율에 따라 영문 또는 국문으로 표기할 수 있으며, 높이 5cm~7.5cm 사이에서 선택할 수 있다. (별첨 3. 참조)
- ③ 연고지역명은 유니폼 상의 오른쪽소매 측면 정중앙에 30cm<sup>2</sup>이하의 크기로 반드시 표시하여야 한다. 단, 구단의 광고 삽입으로 연고지명에 영향을 줄 경우 제23조(연맹 패치 및 구단 광고) 4항에 의거 수정하여야 한다.

## 제 25조 기념 유니폼

구단은 특별한 사유가 있을 경우(창단 기념일 등) 기존 등록 유니폼 이외 별도의 기념 유니폼을 제작하여 착용할 수 있으며, 제20조(유니폼 등록 및 변경 승인) 2항에 의거 연맹에 사전 승인을 득한 후 착용한다.

## 입장권 및 관중집계

### 제 26조 입장권

- ① K리그 공식경기의 입장권은 홈팀이 발행하고 판매하며, 입장권의 종류, 가격 등은 홈팀이 정한다.
- ② 구단은 K리그 공식경기 입장권(시즌권 제외) 앞면에 연맹의 타이틀스폰서명을 표기하여 발행하여야 한다.
- ③ 연맹은 연맹 스폰서 및 유관단체의 업무협력을 위해 입장권, VIP초대권 등을 구단에 요청할 수 있으며, 수량 및 조건은 사전 협의한다.
- ④ 구단은 입장권의 종류, 발권 대행사, 가격, 유통 등과 관련된 내용을 별첨 4.의 양식으로 시즌 개막 7일 전까지 연맹에 제출하여야 하며, 이후 변동 및 추가사항이 있을 시 연맹에 통보한다.
- ⑤ 구단은 K리그 공식경기의 입장권 약관에 관중의 입장과 퇴장, 입장권의 효력에 대한 기본적인 사항들을 다음과 같이 안내하여야 하며, 관중이 누구나 쉽게 볼 수 있는 공간에 안내하여야 한다.

구분	내용
관람조항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기장 내에서 경기 진행 및 타인의 편안한 관람에 방해가 되는 행위를 할 시 경기장에서 퇴장 조치할 수 있다.</li> <li>- 연맹과 클럽은 경기 당일 경기장에서 얻은 관람객의 음성 및 초상권을 사용할 수 있으며, 관람객은 경기 당일 촬영, 녹화한 장면을 매체로 전파할 수 없다.</li> <li>- 경기장 내에서의 흡연은 지정된 장소에서만 가능하다.</li> <li>- 경기장에 주류 반입을 금지하며, 경기장 내 매점에서 판매하는 주류만을 허용한다.</li> </ul>
안전조항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입장권 소지자는 안전한 대회 운영을 위해 모든 검색 및 기타 조치에 협력한다. 이를 거부하거나 방해할 시 연맹과 구단은 퇴장 등의 필요한 제반 조치를 취할 수 있다.</li> <li>- 안전에 위배되는 폭약, 화약류, PET병, 유리병 등의 위해물질과 정치적, 종교적 문구 또는 비방, 비난, 욕설 등이 포함된 게시물은 반입을 금지한다.</li> </ul>

### 제 27조 관중의 범위

- ① K리그 공식경기의 관중은 **입장게이트를 통과한 모든 인원**으로 정의한다.~~시즌권입장, 유료관중, 무료관중(VIP, 초청, 미디어)으로 정의한다.~~<변경. 2018/01/15 개정>

- ② 연맹임직원, 구단임직원, 구단 코칭스태프, 선수, 운영요원, 경호 등 경기운영과 관련된 인원은 관중에서 제외한다.
- ③ K리그 공식경기의 관중 구분은 유료관중, 무료관중(VIP, 초청, 미디어)으로 한다.  
<신설. 2018/01/15 개정>

## 제 28조 관중집계

- ① 공식경기의 관중 수 집계방식은 이사회가 정하는 바에 따른다.
- ② 연맹에서 공식적으로 파견하는 경기감독관은 ~~매치코디네이터~~는 관중집계에 대해 관리감독 할 수 있다.<변경. 2018/01/15 개정>
- ③ 구단은 후반30분까지 단장 또는 대표자의 결재를 득한 후 관중명세서를 제출 한다.
- ④ 구단의 관중 수가 명확하지 않다고 판단할 시 매치코디네이터는 구단에 증빙 자료를 요청할 수 있으며, 구단은 매치코디네이터의 요청에 따라 입장권 종류별 증빙자료를 제출하여야 한다.
- ⑤ 매치코디네이터는 증빙자료 및 현장의 판단에 따라 해당 경기의 관중 수를 임의로 조정할 수 있으며, 이 경우 조정의 사유를 구체적으로 명시하여 구단에 통보하여야 한다.
- ⑥ 경기 종료 후 3일이내에 구단이 발표한 관중에 대한 티켓정산내용을 반드시 연맹에 제출하여야 한다.
- ⑦ 구단은 상기 1항에서 정하는 방식을 준수하여 홈경기의 관중 수를 집계하여야 하며, 고의로 관중 수를 조작하거나 이를 위반하였을 경우 마케팅규정 제32조(유형별 제재) 3항에 의해 제재를 받을 수 있다.

## AD카드 및 연맹증 운영

### 제 29조 AD카드

- ① AD카드는 VIP, 스폰서, 미디어, STAFF A,B, GUEST 등 6종류로 제작할 수 있다.
- ② 구단은 연맹에서 제공하는 AD카드 디자인에 따라 홈경기 운영에 필요한 각종 AD카드를 제작, 배포한다.
- ③ 구단은 AD카드 소지자의 통행 가능 구역을 경기장 내 주요지점에 게시하여야 한다.
- ④ 연맹은 중계스태프, PHOTO, 의료, 볼보이를 위한 빙(Bib)을 제작하여 각 구단에 제공하고, 구단은 이를 관리한다.
- ⑤ 연맹은 스폰서, 미디어 등의 AD카드를 발행하여 배포할 수 있으며, 구단은 연맹이 발행한 AD카드 소지자가 경기장 지정 출입구를 통해 입장할 수 있도록 한다.

### 제 30조 연맹증 관리

- ① 구단 임직원 및 코칭스태프는 연맹 등록 프로그램을 통해 전 구단에 출입이 가능한 연맹증을 신청하고, 연맹은 승인을 거쳐 연맹증을 발급한다.
- ② 구단계약직 및 인턴직원, 코칭스태프는 1년 출입증을 발급하며, 매년 갱신하여 발급한다.
- ③ 연맹증 제작 시 최초 1회는 연맹 비용으로 지급하며, 재발급 시 발급 비용은 구단에서 지불한다.
- ④ 구단 임직원은 퇴사 시 연맹증을 연맹에 반납한다.

## 전광판 운영

### 제 31조 경기장 전광판

- ① 구단은 경기장 전광판에 하프타임 최대 60초의 시간 동안 연맹이 지정하는 최대 4개의 스폰서 광고 동영상을 상영하여야 하며, 구단 사정에 의해 상영하지 못하는 경우 연맹과 사전 협의하여야 한다.
- ② 연맹은 FIFA, AFC, 유관단체와 관련된 동영상 및 연맹 자체 공익광고 동영상 상영을 구단에 요청할 수 있으며, 구단은 이를 전광판에 상영하여야 한다. 단, 상영 시점, 시간, 횟수 등의 사안은 구단과 사전 협의한다.
- ③ 구단은 전광판에 타이틀스폰서명이 포함된 K리그 공식대회 명칭을 항상 표출하여야 한다.
- ④ 연맹은 구단이 전광판과 관련된 규정을 위반하였을 경우 마케팅규정 제32조(유형별 제재) 4항에 따라 제재금을 부과할 수 있다.



## 마케팅 규정 위반 제재사항

### 제 32조 유형별 제재

- ① 사업의 권리와 범위 규정 위반에 따른 제재
  - 1) 구단의 귀책사유로 연맹의 스폰서의 권리가 침해되었을 경우 연맹은 해당 구단에 500만원 이하의 제재금을 부과할 수 있으며, 제재금은 상벌위원회에서 결정한다.
  - 2) 구단이 고의로 연맹의 스폰서 권리를 침해하거나 훼손하였을 경우 상기 1)호의 제재와 함께 그에 따른 손해배상을 하여야 한다.
- ② 팀 색상 및 유니폼 규정 위반에 따른 제재
  - 1) 구단이 제20조(유니폼 등록 및 변경) 1항의 유니폼 등록 기한을 넘길 경우 연맹은 해당 구단에 300만원의 제재금을 부과한다.
  - 2) 공식 경기에 출장하는 선수가 제21조(유니폼 착용의무) 1항의 규정을 위반하여 경기에 출장하는 경우 연맹은 해당 구단에 300만원의 제재금을 부과한다.
- ③ 입장권 및 관중집계 규정 위반에 따른 제재  
구단이 제28조(관중집계)를 위반한 경우 연맹은 해당 구단에 제재금을 부과하며, 제재금은 위반정도에 따라 상벌위원회가 결정한다.
- ④ 전광판 운영 규정 위반에 따른 제재  
구단이 제31조(경기장 전광판) 1항의 규정을 위반한 경우 연맹은 해당 구단에 500만원의 제재금을 부과한다.
- ⑤ 기타 위반에 따른 제재  
구단이 상기 제32조(유형별 제재) 이외 마케팅규정을 위반하거나 이행 하지 않아 연맹, 타 구단, 스폰서 등에 손해를 끼친 경우 연맹은 해당 구단을 상벌위원회에 회부할 수 있다.

## 부칙

### 제 1조 시행일

- ① 본 규정은 이사회에서 의결한 날 또는 별도로 정하는 날로부터 시행한다.
- ② 연맹 주최·주관 공식경기에 본 규정을 적용한다.
- ③ 본 규정에서 정하지 않은 사항에 대해서는 대회 규정 및 대회 요강, 대한축구협회 규정, AFC규정, FIFA규정 등을 준용하여 이사회가 결정한다.