



**STADION
NARODOWY
W WARSZAWIE**

**PAKIET PRAW PARTNERSKICH
PARTNERA TYTULARNEGO
STADIONU NARODOWEGO
W WARSZAWIE**

ZASADY WYŁĄCZNOŚCI

PAKIETY PARTNERSKIE OFEROWANE W RAMACH KONKURSÓW NA PARTNERÓW KORPORACYJNYCH STADIONU NARODOWEGO, ZBUDOWANE SĄ W OPACIU O DWA RODZAJE WYŁĄCZNOŚCI:

❖ WYŁĄCZNOŚĆ PRODUKTOWA :

– OZNACZA ONA CAŁKOWITĄ WYŁĄCZNOŚĆ DLA PARTNERA STADIONU NARODOWEGO W RAMACH KATEGORII PRODUKTÓW, OKREŚLONYCH W UMOWIE PARTNERSKIEJ. OBOWIĄZUJE ONA NA WSZYSTKICH POLACH EKSPOZYCJI I W RAMACH WIĘKSZOŚCI OFEROWANYCH PRAW Z WYŁĄCZENIEM: LOŻY BIZNESOWEJ, MIEJSC BIZNESOWYCH I MIEJSC PARKINGOWYCH.

❖ WYŁĄCZNOŚĆ DOTYCZĄCA WSPÓLDZIELENIA PRAW LUB POWIERZCHNI :

– OZNACZA, ŻE PRAWA LUB POWIERZCHNIE OBJĘTE TYM RODZAJEM WYŁĄCZNOŚCI PRZYNALEŻĄ SIĘ TYLKO JEDNEMU PARTNEROWI, KTÓREMU ZOSTAŁ UDZIELONA TAKA WYŁĄCZNOŚĆ.

ŚWIADCZENIA WIZERUNKOWE

ŚWIADCZENIA WIZERUNKOWE

Rodzaj praw/powierzchni	Wyłącznieść
Tytuł Partnera Tytularnego stadionu	Tak (produktowa)
Prawo do wykorzystania znaków towarowych związanych ze Stadionem Narodowym, jego wizualizacji i innych form w komunikacji marketingowej	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)



PRAWO DO NAZWY

PRAWO DO NAZWY

Rodzaj praw/powierzchni	Wyłączność
Wyłączne prawo do nazwy stadionu	Tak
Wpływ na strategię marketingową stadionu	Tak
Możliwość spotkania z Zarządem operatora stadionu	Nie

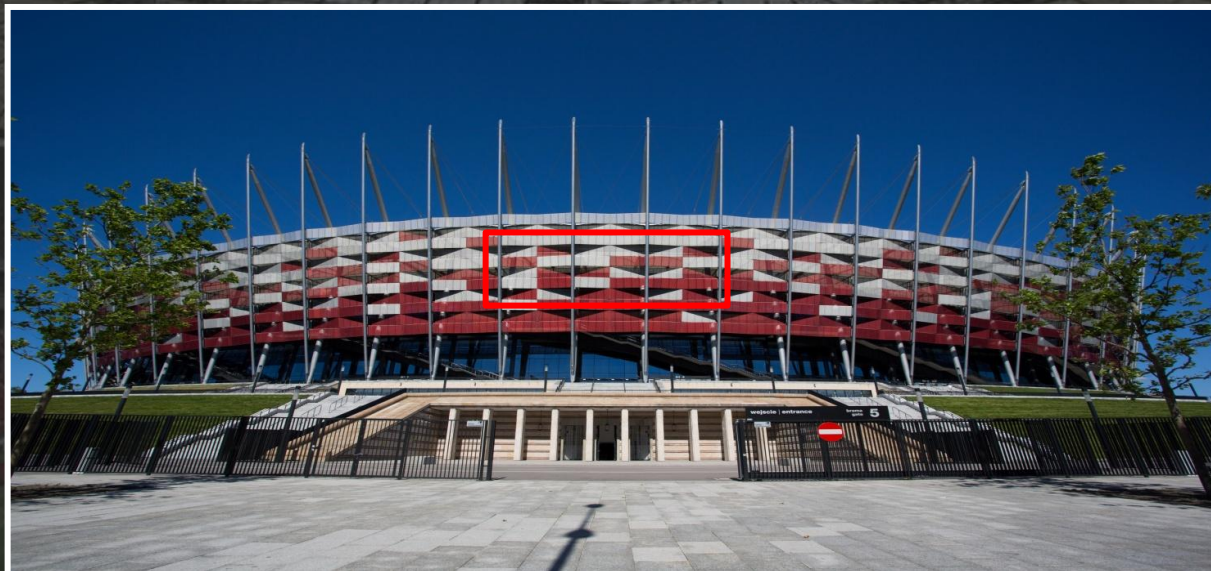


BRANDING ZEWNĘTRZNY*

* W KATEGORII „BRANDING ZEWNĘTRZNY” WYŁĄCZNOŚĆ NIE DOTYCZY WSPÓLDZIELENIA PRAW/POWIERZCHNI Z INNYMI PARTNERAMI. ZACHOWANA JEST NATOMIAST WYŁĄCZNOŚĆ PRODUKTOWA.

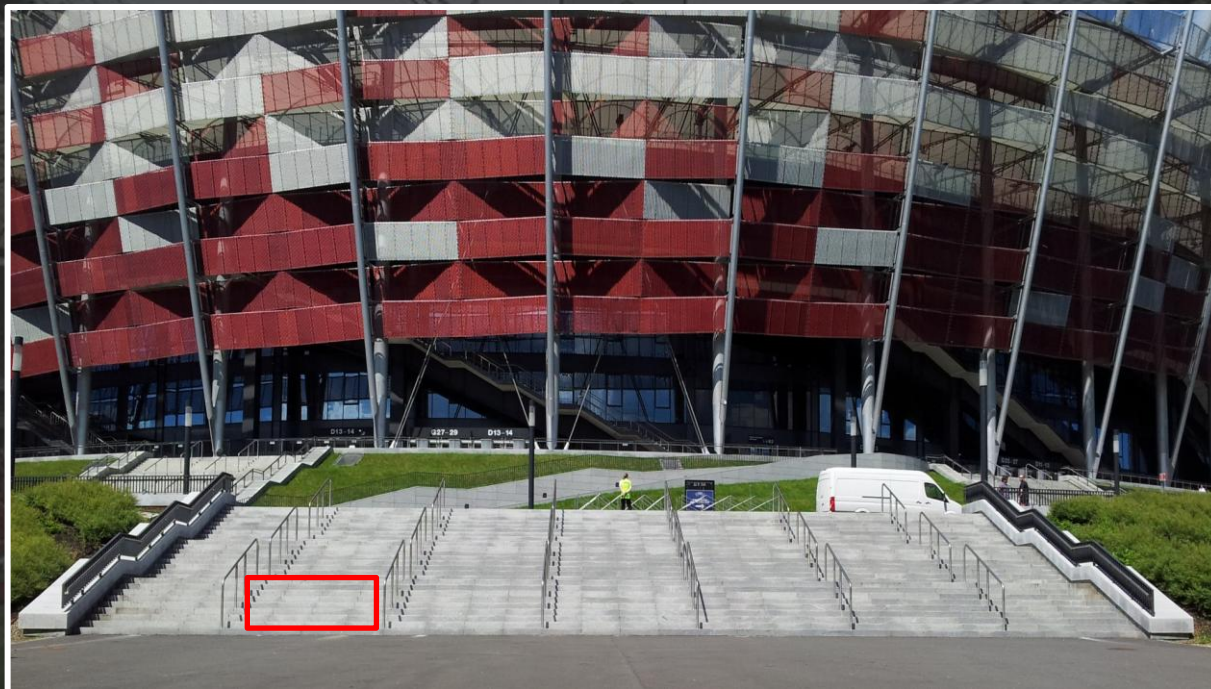
BRANDING ZEWNĘTRZNY – ELEWACJA

Rodzaj praw	Ilość	Wyłączność
Branding na elewacji stadionu (nazwa & logo)	Do ustalenia w trakcie negocjacji	Tak
Nazwa & logo na wejściach publicznych	11	Tak



BRANDING ZEWNĘTRZNY – SCHODY ZEWNĘTRZNE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość [moduły]	Wymiary Nośnika [m]	Pow. całkowita [m ²]	Wyłączność
Powierzchnia schodów zewnętrznych poziom -3 i -4	Schody drogi dojścia (brama nr 2)	5	3,8 x 0,9	17,1	Nie



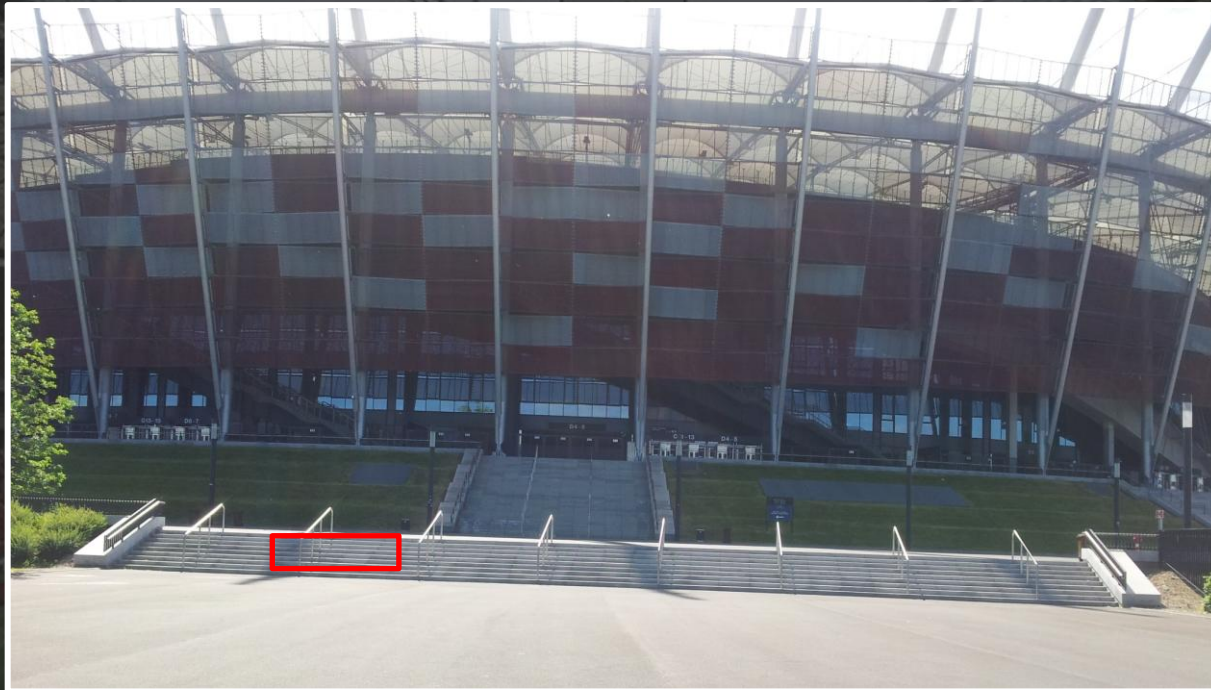
BRANDING ZEWNĘTRZNY – SCHODY ZEWNĘTRZNE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość [moduły]	Wymiary Nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Powierzchnia schodów zewnętrznych poziom -3 i -4	Schody drogi dojścia (brama nr 3)	1	3,7 x 0,9	3,33	Nie



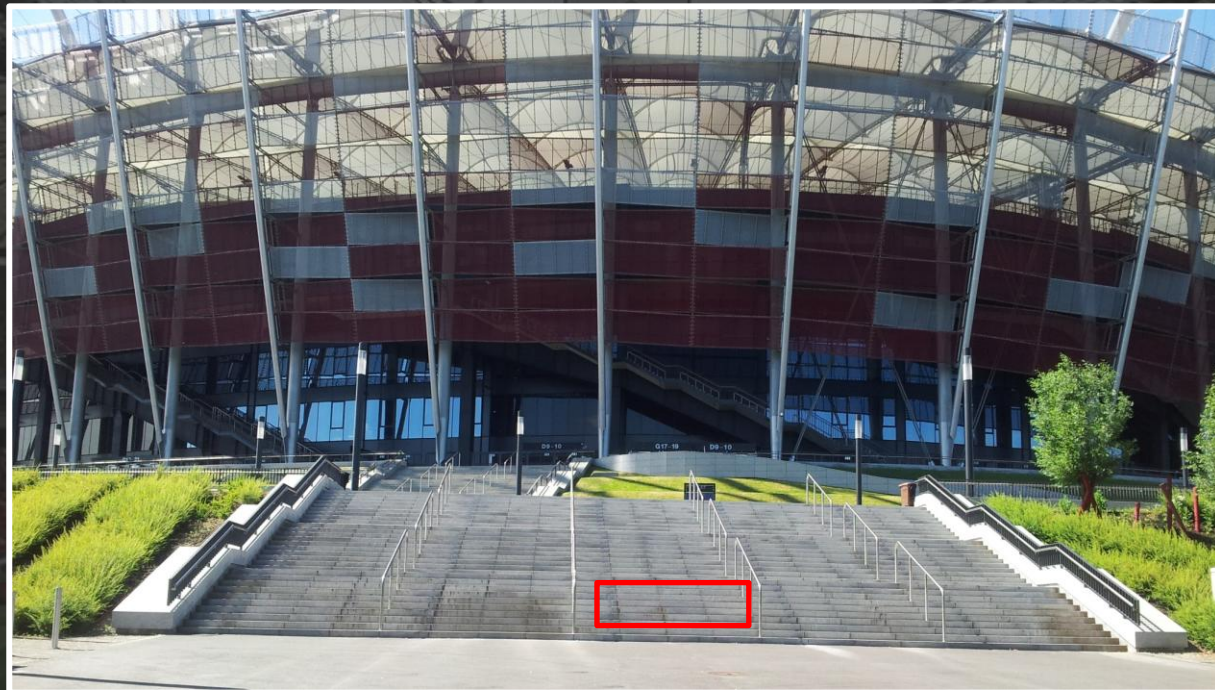
BRANDING ZEWNĘTRZNY – SCHODY ZEWNĘTRZNE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość [moduły]	Wymiary Nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Powierzchnia schodów zewnętrznych poziom -3 i -4	Schody drogi dojścia (brama nr 10)	1	4 x 0,9	3,6	Nie



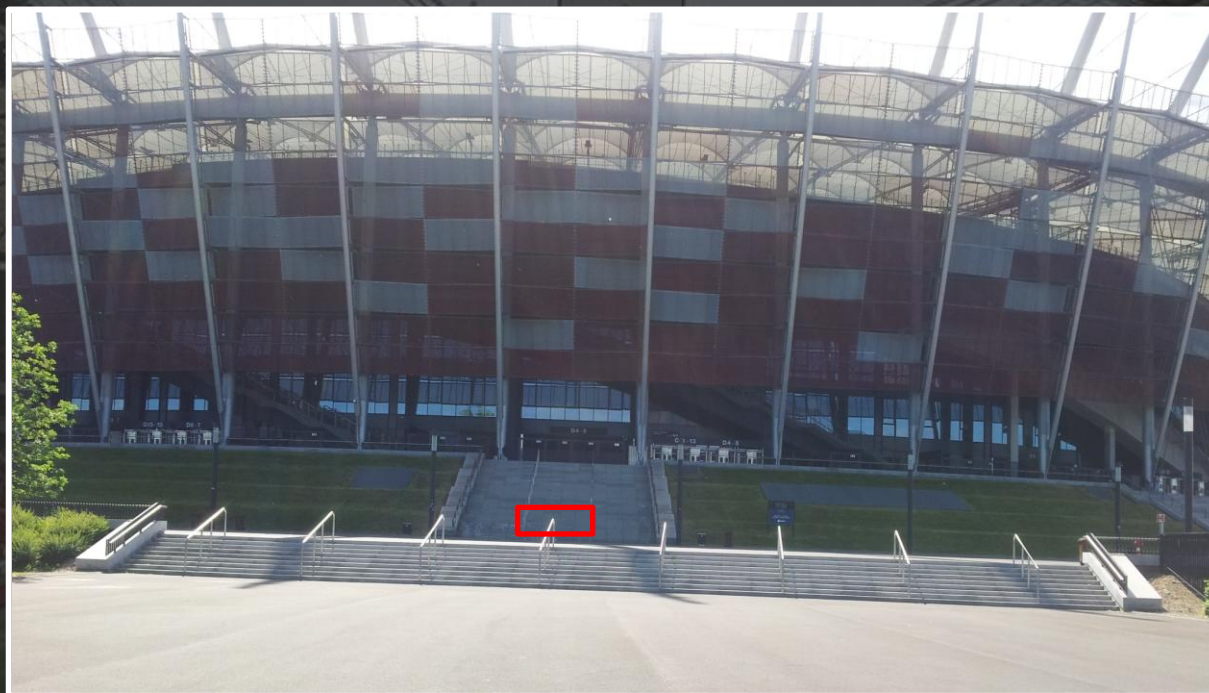
BRANDING ZEWNĘTRZNY – SCHODY ZEWNĘTRZNE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość [moduły]	Wymiary Nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Powierzchnia schodów zewnętrznych poziom -3 i -4	Schody drogi dojścia (brama nr 11)	2	2 x 2	8	Nie



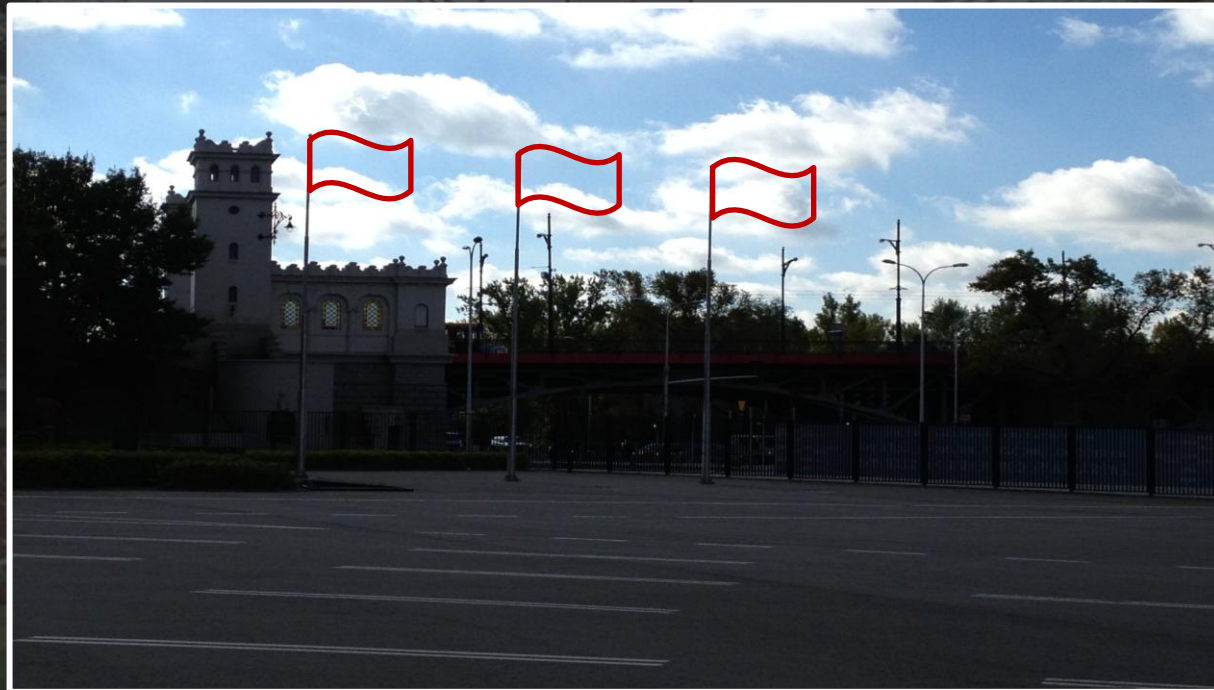
BRANDING ZEWNĘTRZNY – SCHODY ZEWNĘTRZNE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość [moduły]	Wymiary Nośnika [m]	Pow. całkowita [m ²]	Wyłączność
Powierzchnia schodów zewnętrznych poziom -1	Schody z drogi pożarowej na P0	18	3 x 1	54	Nie



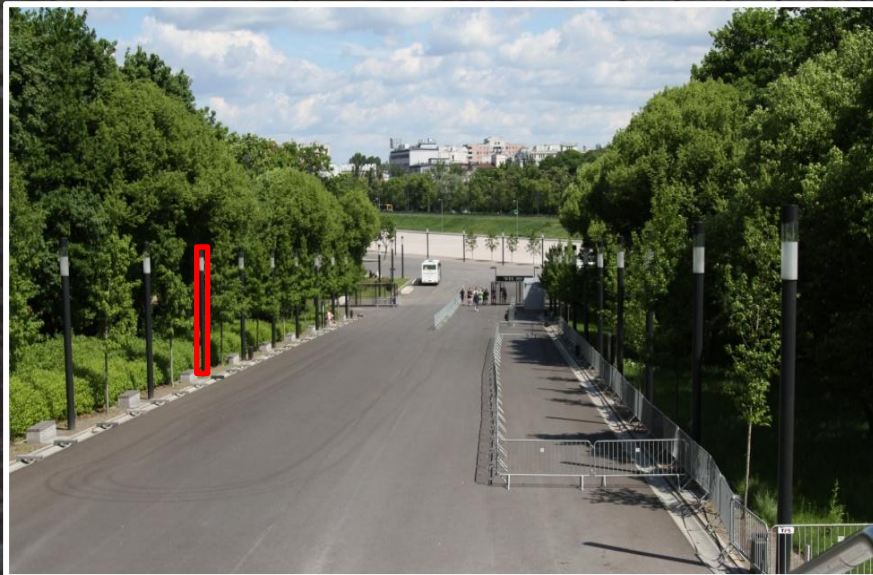
BRANDING ZEWNĘTRZNY - MASZTY

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość nośników	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Flagi na masztach	3	1 x 3	9	Nie



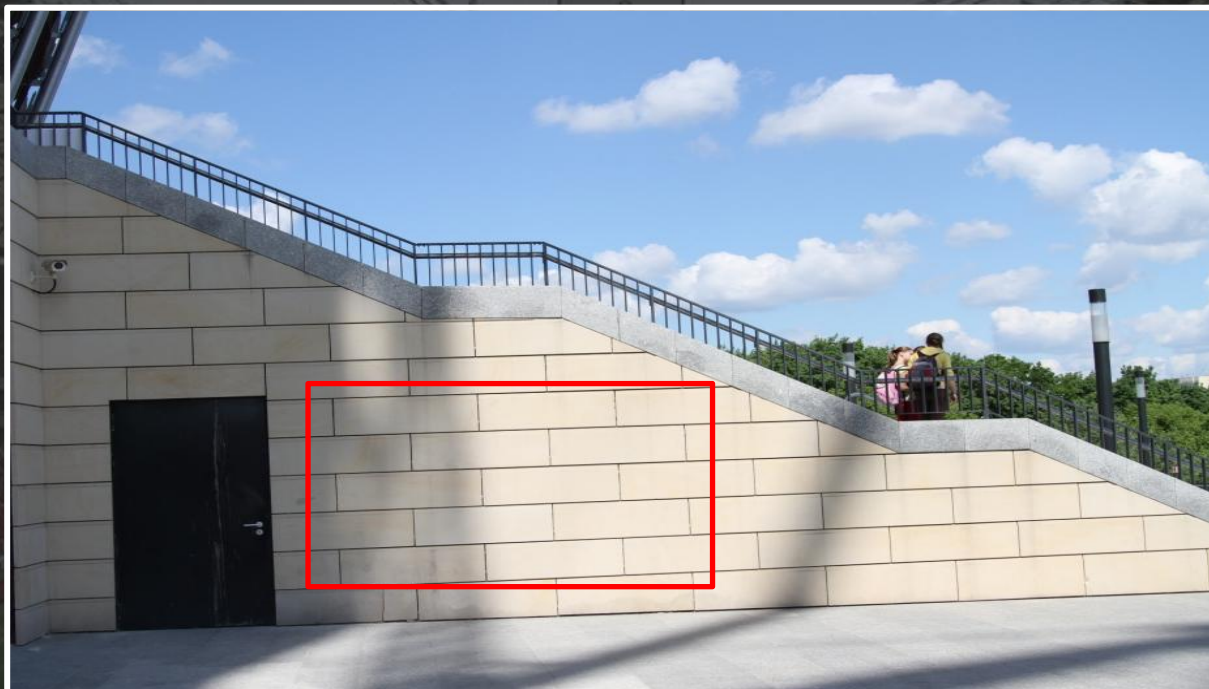
BRANDING ZEWNĘTRZNY – LATARNIE

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość nośników	Wymiary nośnika [m]	Wyłączność
Branding na latarniach na drogach dojścia i na drodze pożarowej	60	0,5	Nie



BRANDING ZEWNĘTRZNY – RECEPCJA GŁÓWNA

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość nośników	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Branding ścian przy recepcji głównej	4	1,5 x 3	18	Tak



BRANDING WEWNĘTRZNY**

**** W KATEGORII „BRANDING WEWNĘTRZNY” WYŁĄCZNOŚĆ NIE DOTYCZY WSPÓLDZIELENIA PRAW/POWIERZCHNI Z INNYMI PARTNERAMI. ZACHOWANA JEST NATOMIAST WYŁĄCZNOŚĆ PRODUKTOWA.**

BRANDING ZEWNĘTRZNY - TUNELE

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość nośników	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m ²]	Wyłączność
Powierzchnia na ścianach tuneli	8	2,5 x 4	80	Tak



BRANDING WEWNĘTRZNY – TUNEL CENTRALNY

Rodzaj praw/powierzni	Ilość nośników	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m ²]	Wyłączność
Logo nad tunelem centralnym	1	1x 4	4	Tak



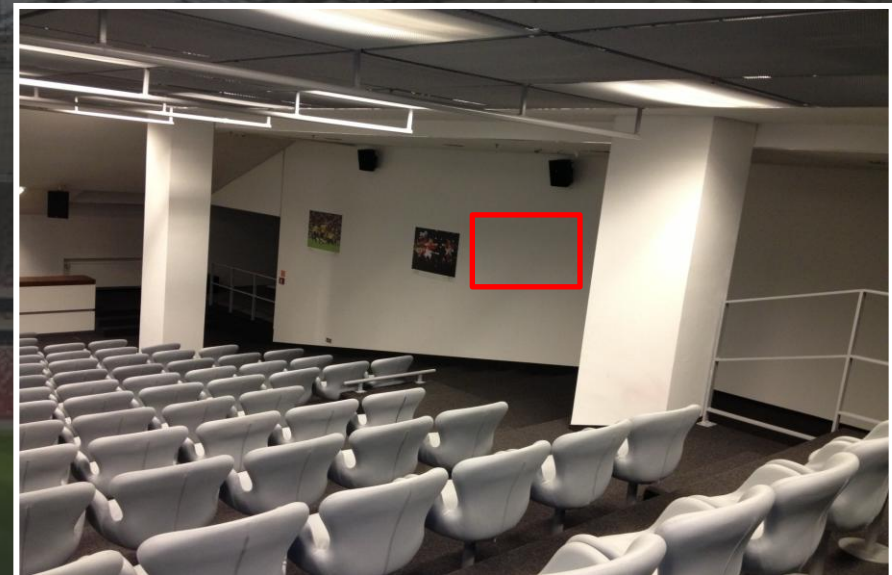
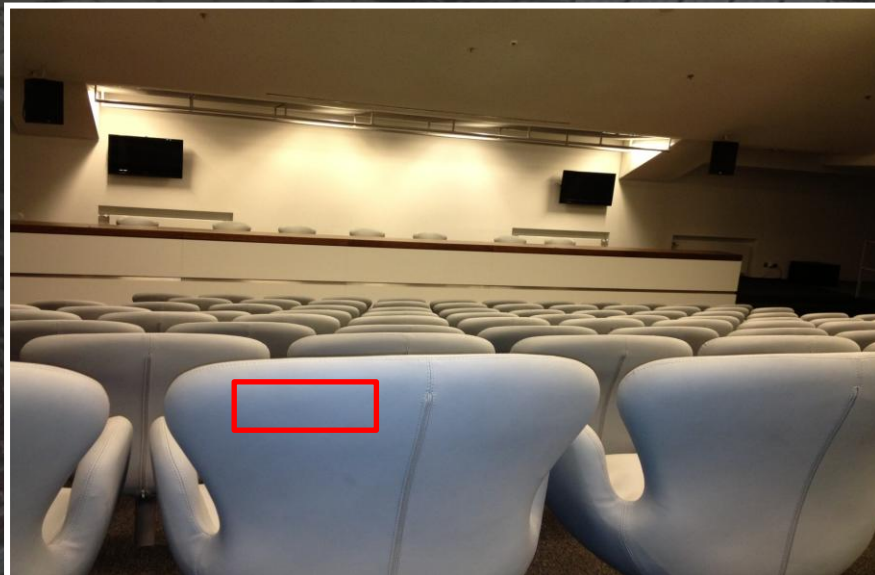
BRANDING WEWNĘTRZNY – OZNAKOWANIE STADIONU

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłącznieść
Oznakowanie stadionu	Tablice informacyjne	2286	0,2 x 0,3	137,16	Tak



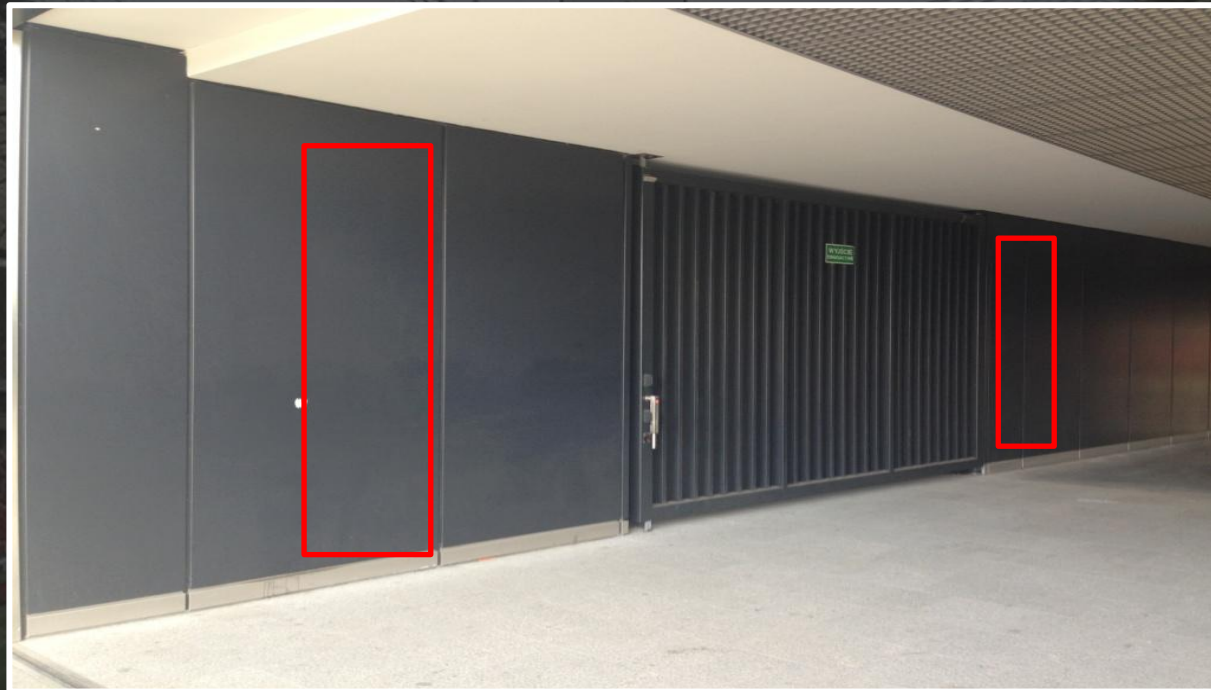
BRANDING WEWNĘTRZNY – SALA KINOWA

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m ²]	Wyłączność
Logo na oparciach krzesełek w sali kinowej	156	0,1 x 0,05	0,78	Tak
Logo na ścianie sali kinowej	2	2 x 2	8	Tak



BRANDING WEWNĘTRZNY – PANELE GRAFITOWE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Billboardy na promenadzie dolnej	Panele grafitowe w wejściach na promenadę	18	3,15 x 1,3	73,71	Nie



BRANDING WEWNĘTRZNY – PANELE GRAFITOWE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Billboardy na promenadzie dolnej	Panele grafitowe wzdłuż kiosków gastronomicznych	12	3,15 x 1,3	49,14	Nie



BRANDING WEWNĘTRZNY – PANELE GRAFITOWE

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość	Wymiary nośnika [m]	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Billboardy na promenadzie górnej	Panele grafitowe przy schodach kaskadowych	5	1 x 2	8	Nie



BRANDING WEWNĘTRZNY – BRANDING PODŁÓG

Rodzaj praw/powierzchni	Opis	Ilość	Pow. całkowita [m2]	Wyłączność
Branding podłóg	Foyer Biznes klubu, Recepcja Galerii	2	8	Tak



BRANDING WEWNĘTRZNY – PARKING PODZIEMNY

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłączność
Powierzchnie reklamowe na parkingu podziemnym (poziom -4 i -3)	Ilość do ustalenia w trakcie negocjacji (ok. 30% powierzchni)	Nie



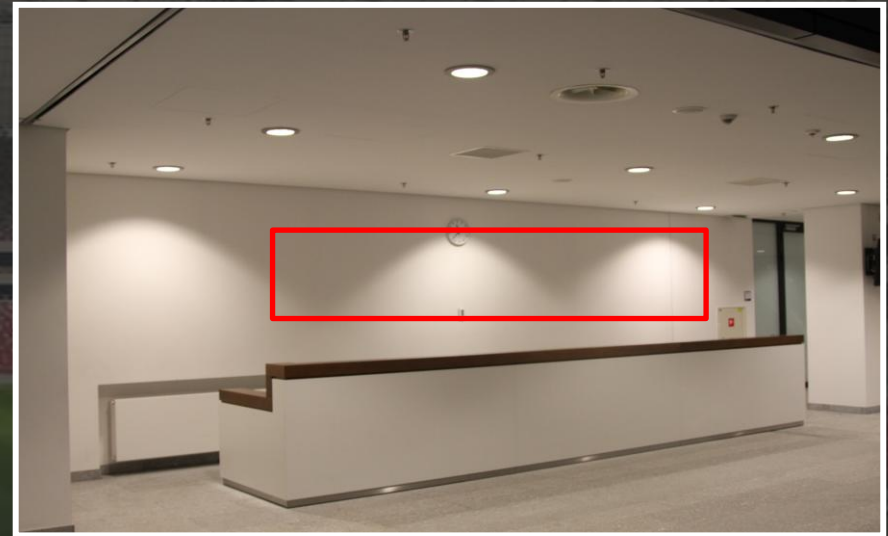
BRANDING WEWNĘTRZNY – SCHODY RUCHOME

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość i wymiar	Wyłączność
Branding schodów ruchomych (poziom -4)	2 powierzchnie o ustalonym w trakcie negocjacji wymiarze	Tak



BRANDING WEWNĘTRZNY POMIESZCZEŃ

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłącznieść
Loża VIP (przynależąca do Partnera)	1 Loża 24 osobowa - Pełna dowolność	Tak
Loża Platynowa	1	Tak
Recepcja w strefie VIP (poziom -3)	6-8 nośników	Tak



MEDIA STADIONOWE I MATERIAŁY PROMOCYJNE***

*** W KATEGORII „MEDIA STADIONOWE I MATERIAŁY PROMOCYJNE” WYŁĄCZNOŚĆ NIE DOTYCZY WSPÓŁDZIELENIA PRAW/POWIERZCHNI Z INNYMI PARTNERAMI. ZACHOWANA JEST NATOMIAST WYŁĄCZNOŚĆ PRODUKTOWA.

MATERIAŁY PROMOCYJNE

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłączność
Film promocyjny	1	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Papeteria, na przykład: Materiały firmowe operatora	1 logo w na pasku sponsorskim	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Prezentacja Power Point	1 logo w na pasku sponsorskim	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Powierzchnia reklamowa na zaproszeniach/biletach	1 logo w na pasku sponsorskim	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)

TO JEST TWOJA UNIKALNA KOLEJNOŚĆ. JAKO DZIAWUJĄCY WSTĘPA, CHUJ I OCHRONIĄCY PRZED NIELEGALNYMI SPOSOBAMI WSTĘPU. THIS IS YOUR UNIQUE ONE-ENTRY TICKET. PROTECT YOUR BARCODE FROM ILLEGAL COPIES.



WWW.STADIONNARODOWY.ORG.PL

ROZRYWKA, SPORT,
WYDARZENIA BIZNESOWE,
NIEOGRANICZONE MOŻLIWOŚCI

MIEJSCE MA ZNACZENIE

WWW.FACEBOOK.COM/STADION.NARODOWY





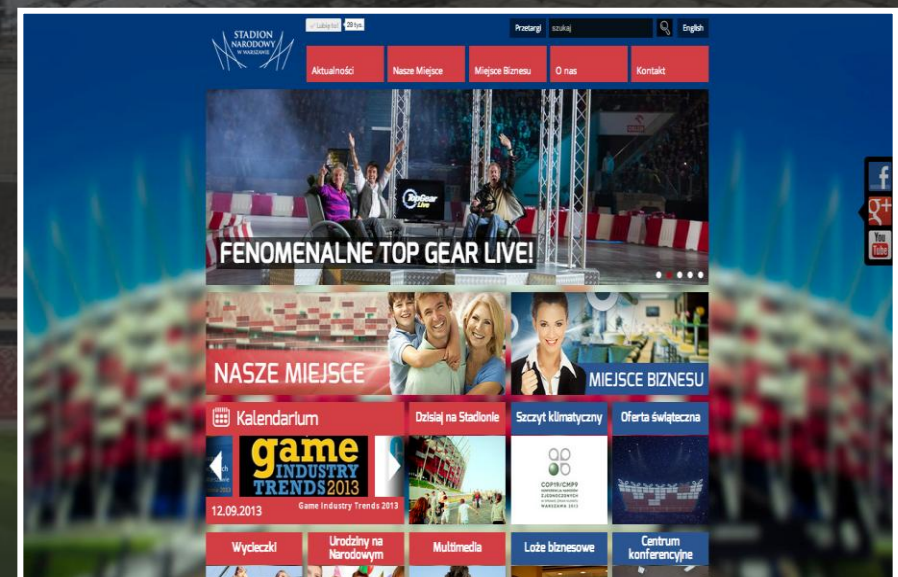
MATERIAŁY PROMOCYJNE

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłączność
Ulotki na siedzeniach	3 razy w roku	Tak - podczas wydarzenia
Prawo do samplingu produktów nie będących w sprzedaży na stadionie	5 razy w roku	Tak - podczas wydarzenia



MEDIA STADIONOWE

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłączność
Czas na ekranach - digital signage	Min. 30 % czasu będącego w posiadaniu operatora	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Strona internetowa stadionu	1 logo w zakładce 'partnerzy', oraz odnośnik do strony partnera	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)



PRAWA KOMERCYJNE****

****** W KATEGORII „PRAWA KOMERCYJNE” WYŁĄCZNOŚĆ NIE DOTYCZY WSPÓŁDZIELENIA PRAW/POWIERZCHNI Z INNYMI PARTNERAMI ORAZ WYŁĄCZNOŚCI PRODUKTOWEJ W STOSUNKU DO NASTĘPUJĄCYCH PRAW: ŁOŻA BIZNESOWA, MIEJSCA BIZNESOWE, MIEJSCA PARKINGOWE.**

PRAWA KOMERCYJNE

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłączność
Możliwość przeprowadzania akcji promocyjnych we współpracy ze stadionem	5 razy w roku	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Możliwość korzystania ze stadionu dla celów konferencji, spotkań i itd.	4 razy w roku (2 raz cały stadion)*	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Miejsca parkingowe	50	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)



* Na warunkach określonych przez operatora stadionu

PRAWA KOMERCYJNE

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłącznieść
Loża biznesowa - 24 osobowa	1	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Miejsca biznesowe	50	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Prawo do odmówienia operatorowi prawa do organizacji imprezy na stadionie	1	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)

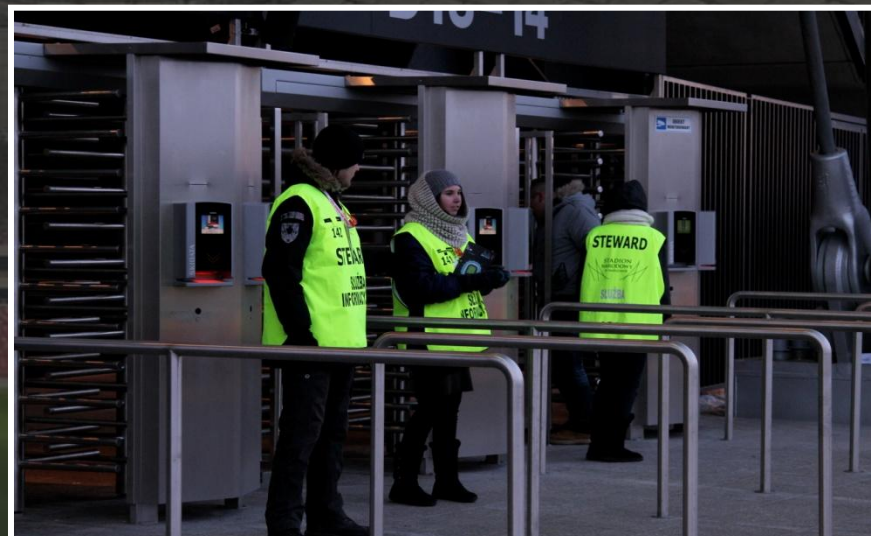


STROJE PERSONELU*****

***** W KATEGORII „STROJE PERSONELU” WYŁĄCZNOŚĆ NIE DOTYCZY WSPÓLDZIELENIA PRAW/POWIERZCHNI Z INNYMI PARTNERAMI. ZACHOWANA JEST NATOMIAST WYŁĄCZNOŚĆ PRODUKTOWA.

STROJE PERSONELU

Rodzaj praw/powierzchni	Ilość	Wyłącznieść
Logo na strojach stewardów	1 logo na kamizelce	Tak
Logo na strojach wolontariuszy	1 logo na stroju	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)
Logo na strojach kelnerów w strefach hospitality	1 logo na stroju	Tak
Logo na strojach przewodników wycieczek	1 logo na stroju	Nie (współdzielenie prawa/powierzchni)



DODATKOWE POWIERZCHNIE I MOŻLIWOŚCI

***** W KATEGORII „DODATKOWE POWIERZCHNIE I MOŻLIWOŚCI” WYŁĄCZNOŚĆ NIE DOTYCZY WSPÓLDZIELENIA PRAW/POWIERZCHNI Z INNYMI PARTNERAMI. ZACHOWANA JEST NATOMIAST WYŁĄCZNOŚĆ PRODUKTOWA.

DODATKOWE POWIERZCHNIE I MOŻLIWOŚCI

Rodzaj praw	Ilość	Wyłączność
Miejsce na ścianie sponsorskiej	Ilość do ustalenia w trakcie negocjacji (ok. 30% powierzchni)	Nie
Pełne oznakowanie przy drogach dojazdowych	Ilość i lokalizacje do ustalenia w trakcie negocjacji	Tak
Banery na płotach	6 banerów (każdy baner ok. 4 m2)	Nie
Powierzchnia reklamowa na kartach płatniczych	5% powierzchni	Nie
Branding podwieszonych telebimów	4	Nie
Branding powierzchni nad wejściem na „autostradę” (wschód i zachód strona stadionu)	Ilość do ustalenia w trakcie negocjacji	Nie
Możliwość sprzedaży swoich produktów lub usług	Ilość do ustalenia w trakcie negocjacji	Nie

DOBRY CZAS NA WSPÓŁPRACĘ 2013 +

