

한국핸드볼연맹 마케팅 규정

제정 2024. 9. 3.

개정 2026. 3. 17.

제1장 총칙

제1조(명칭) 본 시행 규정은 한국핸드볼연맹(이하 “연맹”이라 함) 마케팅규정 (이하 “규정”이라 함)이라 칭한다.

제2조(목적) 본 규정은 연맹의 사업 및 마케팅 관련 사항을 정함을 목적으로 한다.

제3조(적용) 본 규정은 연맹에 등록된 구단, 코칭스태프 및 선수에게 적용되며, 본 규정에서 정하지 않은 사항에 대해서는 대한핸드볼협회규정, AHF규정, IHF규정 등을 준용하여 이사회에서 결정한다.

제4조(연맹과 구단의 관계) ① 연맹은 통합리그(이하 “리그”라고 함)의 사업적 이득을 극대화하기 위하여 본 규정에서 명시된 범위 내에서 통합 사업 및 마케팅 권리를 행사한다.

② 구단은 연맹의 통합 사업 및 마케팅 권리 이행에 적극 협조하여야 하며, 본 규정에 명시된 권리와 의무를 신의와 성실로 충실히 이행하여야 한다.

③ 연맹의 통합 사업 및 마케팅의 효율화 및 활성화를 위하여 시즌 개막 30일 전까지 각 구단은 스폰서 현황을 연맹에 제출하여야 하며, 해당 자료는 리그 전체 마케팅 활성화를 위한 목적으로 활용한다.

④ 연맹과 구단은 사업의 환경 변화에 따라 연맹의 통합 사업 및 마케팅 범위를 조정할 수 있으며, 그 범위 등은 이사회에서 결정한다.

제5조(용어의 정의) 본 규정에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

① 지적재산권이라 함은 연맹 또는 구단의 사업 및 마케팅 자산으로써 그 사용권리가 연맹 또는 구단에 있는 다음 각 목의 권리를 말한다.

1. 상표권

가. 연맹상표권

- 1) 연맹의 명칭 및 이와 유사한 결합 명칭
- 2) 연맹의 로고, 심벌마크, 엠블럼, 마스코트, 유니폼, 디자인, 상표 및 이와 유사한 표시
- 3) 시범경기, 정규시즌, 올스타경기, 포스트시즌((준)플레이오프 및 챔피언결정전) (이하 '연맹 공식경기'라 한다) 및 연맹이 주최·주관하는 국내외 경기, 시상식, 이벤트 등 대회 공식 로고 및 엠블럼

나. 구단상표권

- 1) 구단의 명칭 및 연고지명과 구단명의 결합 또는 기업명과 구단명의 결합 및 이와 유사한 명칭 또는 결합 명칭
- 2) 구단의 로고, 심벌마크, 엠블럼, 마스코트, 유니폼, 디자인 등 이와 유사한 표시

2. 저작권

가. 연맹이 주최·주관하는 공식·비공식 경기의 TV 중계 영상물 및 연맹이 직접 촬영한 영상물

나. 연맹이 주최·주관하는 공식·비공식 경기의 기록, 통계 및 데이터베이스

다. 연맹이 제작·발간하는 여러가지 출판물

라. 연맹에 등록된 선수 및 코칭스태프의 사진

마. 연맹 캐치프레이즈, 연맹 로고송

바. 그 밖에 연맹의 통합리그 활동과 관련된 여러가지 저작물

3. 퍼블리시티권

연맹 선수등록 규정에 따라 등록된 선수, 감독, 코치의 핸드볼 활동(연맹과 구단의 경기, 훈련 및 행사 등)과 관련된 사진, 이름, 서명, 초상, 영상, 캐릭터, 애칭(별명), 음성 및 그 밖에 선수의 속성과 동일시되는 표식 또는 이미지

② 지적재산권의 상업적 목적의 사용

지적재산권 사용으로 인한 경제적 부가가치 창출행위를 말하며 제3항에서 정한 ‘지적재산권의 홍보 목적의 사용’ 이외는 모두 ‘상업적 목적의 사용’으로 간주한다.

③ 지적재산권의 홍보 목적 사용

연맹과 구단의 홍보, 공식·비공식 경기 일정 및 경기결과 홍보, 연맹과 구단의 여러가지 핸드볼과 관련된 다음 각 호에 의한 이벤트 홍보를 말한다.

1. 홈페이지, 각종 SNS와 메타버스 플랫폼
2. 미디어 가이드북
3. 언론(TV, 신문, 인터넷) 보도자료
4. 팬 뉴스레터
5. 경기티켓을 통한 경기 홍보 광고
6. 경기 스케줄 안내 광고물
7. 좌석배치도

8. 팬 배포용 광고물
9. 화보집, 팬 북
10. 캐릭터 상품
11. 경기 중계일정 안내 광고물
12. 연맹 또는 구단이 주최·주관하는 핸드볼 관련 행사의 이벤트 촉진자료
또는 프로그램
13. 그 밖에 금전거래 또는 상계가 수반되지 않는 비상업적 목적의 사용

제6조(지적재산권의 명기) 연맹 또는 구단이 인쇄물 등 여러가지 홍보자료에 지적재산권을 사용하는 경우, 상표권, 저작권, 퍼블리시터권이 연맹 또는 구단에 있음을 명기해야 한다.

제2장 방송 및 통신 사업

제7조(방송중계권의 협상) ① 연맹이 주최·주관하는 모든 국내외 공식·비공식 경기, 시상식 및 이벤트 등을 중계하는데 따른 방송중계권 협상에 관한 권한은 연맹이 보유하고, 방송중계권 수입은 연맹에 귀속되며, 연맹은 방송중계권 수입이 극대화 될 수 있도록 최선의 노력을 다한다.

② 방송중계권 협상에 있어 미디어의 시청 및 청취 범위는 국내외 모든 지역에까지 미친다.

③ 방송중계권에 포함되는 미디어의 종류는 기존 방송형식인 지상파, 케이블, 위성, 유료TV 및 UHDTV, DMB, 인터넷, 이동통신단말기, ARS, IPTV 그리고 향후 개발되는 모든 형태의 새로운 미디어를 총칭한다.

제8조(방송중계권 판매 및 복제, 배포 권리) ① 연맹이 주최·주관하는 모든 국내외 공식·비공식 경기, 시상식 및 이벤트 등과 관련하여 방송중계권 판매 및 중계 내용을 복제, 배포할 권리는 연맹에 있다.

② 구단은 연맹이 주최·주관하는 모든 국내외 공식·비공식 경기, 시상식 및 이벤트 등과 관련하여 중계된 영상자료를 공익 목적에 한하여 사용할 수 있으나 상업적 목적에 사용하고자 할 경우에는 연맹의 사전 서면 동의를 받아야 한다.

제9조(방송중계를 위한 협조) ① 구단은 핸드볼 경기 생중계를 위하여 연맹이 경기 개시 시간의 변경을 요청하는 경우 이에 최대한 협조해야 하며 연맹은 경기시간 변경과 관련하여 구단에 경기시간의 변경 사유를 최대한 고지하도록 한다.

② 구단은 핸드볼 경기의 원활한 중계방송을 위하여 연맹이 그 밖에 필요한 사항을 요청하는 경우 적극 협조하여야 한다.

제3장 공식 스폰서십

제10조(스폰서의 유형과 구성) ① 연맹스폰서란 타이틀스폰서(Title Sponsor)를 위시하여 연맹과 후원 계약을 체결한 오피셜스폰서 (Official Sponsor)를 의미하며 구단스폰서는 해당 구단의 명기권을 소유하는 스폰서를 의미한다.

② 연맹스폰서의 선정 권한은 연맹에 있다.

③ 연맹스폰서십에는 연맹이 주최·주관하는 모든 국내외 공식·비공식 경기, 시상식 및 이벤트 등의 스폰서십이 포함된다.

④ 연맹스폰서십에 따른 수입은 연맹에 귀속된다.

⑤ 구단스폰서의 선정 권한은 구단에 있으며 연맹은 이를 위임 받아 집행할 수 있다.

⑥ 상기 5항에 따른 수입 배분은 구단 85%, 연맹 15%로 한다. 단, 구단이 직접 영업하여 연맹에 계약을 위임한 건은 구단 90%, 연맹 10%로 한다. 이와 관련된 세부 사항은 계약별 별도 협의한다.

제11조(스폰서의 자격 제한) 연맹과 구단은 연맹스폰서의 제품 또는 서비스와 경쟁 관계에 있거나 아래의 항목에 해당되는 제품 또는 서비스를 취급하는 기업 또는 단체를 스폰서로 선정하여서는 아니된다. 다만, 구단 모기업 또는 계열사를 스폰서로 선정하는 경우와 이사회의 승인을 얻은 경우는 예외로 한다.

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

제12조(스폰서의 권리 보호) ① 연맹과 구단은 연맹 타이틀스폰서십의 권리와 이익을 보호하여야 한다.

② 구단이 스폰서 또는 광고를 유치하여 계약을 추진하거나 또는 연맹에 계약 체결을 위임할 때, 연맹 타이틀스폰서의 제품 또는 서비스와 경쟁관계에 있는지 불분명할 경우 이의 시행에 앞서 반드시 스폰서 기업의 업종 및 업태 그리고 스폰서에게 부여할 권리와 이익을 구체적으로 명시한 후 연맹에 사전 서면 질의하여야 한다.

- ③ 연맹은 연맹 또는 구단이 선정한 스폰서의 적합 여부를 서면 질의 접수 후 7일 이내(기간의 말일이 휴무일인 경우 그 다음날까지로 한다)에 서면으로 회신하여야 한다.
- ④ 연맹 타이틀스폰서십 권리와 구단스폰서십 권리가 상충할 경우, 연맹 타이틀스폰서십 권리가 우선한다.
- ⑤ 구단은 연맹 타이틀스폰서에 대한 매복마케팅(Ambush Marketing)을 적극 방지하여야 한다.
- ⑥ 구단 또는 구단 소속 관계자(대행사)가 연맹 타이틀스폰서십 권리 또는 혜택을 침해하였을 경우, 연맹은 재정위원회 심의를 거쳐 구단 또는 소속 관계자에게 본 규정 제27조에 따라 스폰서십 권리 침해에 상응하는 제재금을 부과할 수 있다.
- ⑦ 그 외 상기 조항에 포함되지 않은 사항은 이사회 의결에 따른다.

제4장 광고, 출판 및 인쇄

- 제13조(경기장 코트 광고)** ① 연맹은 연맹이 주최·주관하는 모든 국내외 공식·비공식 경기의 경기장 코트에 연맹스폰서의 공통 광고지역을 지정하고 정규 광고물을 설치할 수 있다.
- ② 구단은 연맹에 공통 광고지역 내 정규 광고물을 설치할 수 있는 공간을 확보·제공하여야 한다.
 - ③ 구단은 연맹스폰서의 공통 광고 지역 이외에 이사회에서 승인하는 구단 광고 지역에 한 해 연맹이 정한 광고 규격 범위에서 구단스폰서의 광고를 유치

할 수 있다.

④ 연맹과 구단은 경기장 코트 및 주변지역을 최대한 정리하여 깨끗한 경기장 환경을 조성할 의무가 있다.

⑤ 연맹이 경기장 코트에 설치할 수 있는 정규 광고물의 종류와 위치 및 크기는 별표 1, 그림 1과 같다.

⑥ 연맹은 공통 광고지역에 설치하는 정규 광고물 중 별표 2에 해당하는 일부 수량을 구단에 제공할 수 있다

⑦ 연맹은 스폰서의 홍보, 프로모션 및 캠페인 등을 위해 공통 광고 지역 이외에 보드 및 배너 등의 광고를 추가 설치할 수 있다.

제14조(선수 출연 보도 및 광고) ① 선수는 광고 출연 등과 관련하여 연맹과 구단의 명예를 실추시키지 않아야 한다.

② 연맹과 구단은 소속 감독, 코치, 선수의 초상 등을 상업적 목적이 아닌 본 규정 제5조 제3항에 명시된 홍보 활동을 목적으로 활용하는 경우 이를 무상으로 사용할 수 있다.

제15조(선수 유니폼 광고) ① 연맹과 구단은 통합리그에 출전하는 선수가 경기 중 착용하는 유니폼 상의 및 하의에 연맹 유니폼 기준에 일치하는 광고를 유치할 수 있으며 이 중 유니폼 양쪽 소매 광고는 연맹에 귀속된다.

② 구단은 연맹이 요청하는 리그패치(대회 타이틀스폰서명 포함)를 유니폼 상의 좌측 소매 정중앙, 연맹로고패치를 유니폼 상의 우측 소매 정중앙에 반드시 부착하여야 한다.

③ 경기에 출전하는 각 구단 선수들의 유니폼에 부착된 광고는 모두 동일하여야 하며, 광고가 배번, 성명, 연고지역명, 연맹 패치 등의 의무적 부착물에 방해될 경우 연맹은 구단에 이를 수정하도록 요청하고, 구단은 요청일 기준

15일 이내에 이를 수정하여야 한다.

④ 유니폼 광고에는 본 규약 제11조에 해당되는 기업 또는 단체, 제품 또는 서비스 등의 명칭이 포함된 광고를 게재하는 것을 금지하며, 이를 위반하였을 경우 본 규정 제27조 2항에 따라 제재를 받을 수 있다.

⑤ 연맹이 주최·주관하는 경기 중 시범경기과 컵 대회, 정규리그(포스트시즌 포함), 국제경기(단일팀 참가 기준)를 제외한 여타의 국제대회, 이벤트 경기(연합팀 참가 기준)와 올스타전 유니폼의 광고 유치권은 연맹에 위임한다.

⑥ 본 조 제5항에 따른 수입은 연맹에 귀속된다.

⑦ 유니폼 광고의 위치 및 규격은 별표 3, 그림2, 그림3에 따른다.

제16조(출판 및 인쇄) ① 구단은 팬북, 미디어가이드 북 등 홍보 목적에 한하여 연맹 지적재산권을 이용한 출판, 인쇄물을 발간할 수 있다. 이 경우 지적재산권의 상업적 이용과 관련된 계약 체결권한은 해당 구단과 연맹에 위임되어 있음을 명기하여야 한다.

② 구단이 상업적 목적으로 연맹 지적재산권을 이용한 출판, 인쇄물을 발간하고자 할 경우 연맹의 사전 서면 동의를 받아 시행할 수 있다.

제5장 연맹과 구단의 상표 등록 및 권리

제17조(상표의 등록) ① 연맹은 연맹의 로고, 엠블럼 등 연맹의 상표를 상표법에 따라 연맹 명의로 상표 등록하여야 하며 등록비용은 연맹이 부담한다.

② 구단은 구단의 로고, 엠블럼 등 구단의 상표를 상표법에 따라 구단 명의로 상표 등록하여야 하며 등록비용은 구단이 부담한다.

- ③ 구단의 상표가 변경되는 경우, 구단은 즉시 변경 사실을 연맹에 서면 통지한 후 해당 시즌 개시일로부터 3개월 전까지 등록을 위한 출원을 하고, 시즌 개시일 2개월 전까지 연맹에 변경 출원된 상표를 제출하여야 한다.
- ④ 기존 구단을 양수하거나 신규 구단을 창단하는 경우, 양수 또는 창단구단 로고, 엠블럼 등 구단의 상표를 제3항에 의거 해당 시즌개시일로부터 3개월 전까지 등록을 위한 출원을 완료하고 출원된 구단의 상표를 연맹에 제출하여야 한다.
- ⑤ 연맹과 구단의 특별한 사정에 의하여 상표등록을 위한 출원을 시즌 개막일로부터 3개월 전까지 하지 못할 경우 이사회의 의결을 통해 이를 유예할 수 있다.

제6장 라이선스 및 상품화 사업

- 제18조(라이선스 및 상품화 사업 범위)** ① 연맹 및 구단이 라이선스 또는 상품화 할 수 있는 재산권은 제5조 제1항에 명시한 상표권, 저작권 및 퍼블리시티권을 말한다.
- ② 연맹과 구단은 연맹 및 구단의 상표권과 코칭스태프 및 선수의 핸드볼 활동과 관련된 퍼블리시티권 및 연맹의 모든 경기의 통계기록 등 저작권을 사업에 사용하는 권리를 갖는다. 다만, 구단은 해당 구단의 지적재산권만 갖는다.
- ③ 연맹의 상표권과 퍼블리시티권 및 연맹이 주최·주관하는 모든 경기의 통계기록 등의 저작권을 상업적 목적에 사용하는 권리는 연맹에 있으며, 구단의 상표권과 퍼블리시티권을 상업적 목적으로 사용하는 권리는 계약기간 중 구단

에 있다. 단, 연맹은 구단의 권리를 위임 받아 진행하는 통합 마케팅 사업의 경우 상업적 목적으로 사용할 수 있다.

④ 연맹과 구단은 탈퇴 구단이 상표권과 은퇴 코칭스태프 및 은퇴 선수의 퍼블리시티권에 대하여 탈퇴 또는 은퇴한 날 이후 그 권리를 행사할 수 없다. 다만, 연맹 및 해당 구단의 사업 보호를 위해 생산된 상품의 판매 권리는 탈퇴 또는 은퇴 후 1년 동안 연맹 및 구단이 갖는다.

⑤ 탈퇴 또는 은퇴한 선수의 퍼블리시티권에 대한 상업적 사업 목적의 권리 활용 시 선수 본인의 허가를 반드시 득하여야 하며, 이로 인해 발생한 수익에 대해 선수 본인과 협의하도록 한다.

⑥ 연맹 사업으로 발생한 순수익금의 배분율, 배분방식 등은 연맹 이사회에서 정한 방식에 따른다.

제19조(상품화 사업) ① 연맹 및 구단은 본 규약 제5조 제1항에 명시된 상표권, 저작권 및 퍼블리시티권을 활용하여 상품을 개발하고 등록, 관리, 판매할 권리를 갖는다.

② 상품화 사업 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “마크 등”은 연맹 또는 구단의 상표, 명칭, 마크(로고, 엠블럼), 마스코트, 의장 외 통합리그 또는 구단을 표시하는 것
2. “상품화 권리”는 로고 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 권리
3. “(Case) H”는 연맹의 로고 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우
4. “(Case) H+전 구단”은 연맹 및 모든 구단의 로고 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우
5. “(Case) H+1개 구단”은 연맹 및 1개 구단의 마크 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우

6. “(Case) 1개 구단”은 1개 구단의 마크 등을 사용해 상품을 제조·판매하는 경우

③ 상품화 사업 권리 운영

1. 『(Case) H』와 『(Case) H+전 구단』은 연맹에 상품화권리가 모두 귀속되고 연맹만이 해당 권리를 행사할 수 있다.
2. 『(Case)+1개 구단』은 연맹 및 해당 구단에 상품화권리가 귀속되고 연맹과 해당 구단이 권리를 행사하되 상품화 이전에 사전 서면 합의한다.
3. 『(Case) 1개 구단』은 해당 구단에 상품화권리가 귀속되고 해당 구단만이 권리를 행사한다. 단, 연맹의 비용으로 디자인을 개발하여 상품화를 진행할 경우, 연맹과 사전 서면 합의 후 진행한다.

제7장 연맹 영상물(사진 및 동영상)

- 제20조(연맹 영상물의 사용)** ① 연맹 영상물에 대한 상업적 목적 및 공익 목적의 사용 권리는 연맹 및 해당 구단에 있다.
- ② 구단 또는 구단스폰서가 사용하는 모든 사진 및 동영상은 연맹이 제공하는 사진 및 동영상을 사용하도록 적극 협조한다.
- ③ 연맹은 연맹 영상물을 구단 및 구단스폰서가 홍보 목적으로 사용하거나 구단과 계약관계에 있는 구단 상품화 사업권자가 사용하고자 하는 경우 무상으로 사용하도록 한다.

제8장 온라인(On-Line)상에서의 지적재산권 사용

- 제21조(인터넷 유선, 무선 및 이동통신 등에서의 사용)** ① 연맹은 온라인에서 연맹과 구단의 지적재산권을 상업적 목적으로 사용할 수 있으며 이에 따른 수입은 연맹에 귀속된다.
- ② 구단은 구단의 인터넷 홈페이지 등 온라인에서 연맹 지적재산권을 홍보목적에 한하여 무상으로 사용할 수 있다.
- ③ 구단이 연맹과 구단의 지적재산권을 온라인에서 상업적 목적으로 사용하고자 할 경우 연맹과 사전 서면 협의하여야 하며 이에 대한 계약업무를 연맹에 위임한다.

제9장 연맹 용구의 공인사업

- 제22조(공식인증 사업)** ① 연맹은 공식 경기용 볼 등과 별도로 여러가지 용품 또는 장비에 공인제를 시행할 수 있다.
- ② 구단은 연맹이 지정하는 공식용품 또는 생산회사가 아닌 회사의 용품 또는 장비를 사용하여서는 아니된다.
- ③ 공식용품의 종류는 심판용품, 경기용 볼, 경기장 바닥재 및 음료(생수 포함) 등이다.
- ④ 공식인증 사업에 따른 수입은 연맹에 귀속된다.

제10장 입장료 및 수익금

제23조(입장권 발행, 판매 및 입장료의 책정) ① 연맹이 주최·주관하는 모든 공식·비공식 경기와 이벤트의 입장권은 연맹이 구단으로부터 모든 권한을 위임 받아 발행하고 판매하며 입장권의 종료, 가격 또한 매 시즌 연맹이 결정한다.

② 연맹은 연맹스폰서 및 유관단체와의 업무협력을 위해 입장권, VIP초대권 등을 발행할 수 있다.

③ 구단은 구단스폰서 및 유관단체와의 업무협력을 위해 입장권, VIP초대권 등의 발행을 연맹에 요청할 수 있으며, 수량 및 조건은 사전 협의한다.

제24조(입장 수입의 귀속과 배분) ① 연맹이 주최·주관하는 정규시즌의 입장 수입은 이사회에서 정한 방식으로 연맹과 구단에 배분한다.

② 본 조 제1항을 제외한 연맹이 주최·주관하는 모든 공식·비공식 경기의 입장 수입은 연맹에 귀속된다.

제25조(순 수익금 및 보고) ① 본 규정에 의거하여 발생한 수입에서 필요 경비를 공제한 금액을 순 수익금이라 한다.

② 연맹은 매 시즌 종료 후 총수입 및 순 수익금을 구단에 통보하여야 한다.

③ 연맹은 회계연도 종료 후 2개월 이내에 연맹이 정한 양식에 의거한 수치현황을 연맹 이사회에 제출하여야 한다.

제26조(순 수익금의 배분) 연맹 사업으로 인하여 발생한 순 수익금의 배분율, 배분방식 등은 연맹 이사회에서 정한 방식에 따른다.

제11장 보칙

제27조(규정준수 의무 및 제재) ① 구단은 본 규정을 성실히 준수하여야 한다.

② 연맹 총재는 다음 각 호에 해당하는 경우, 연맹 재정위원회의 심의를 거쳐 해당 단체 또는 개인에게 부과할 수 있다.

1. 사업의 권리와 범위 규정 위반에 따른 제재

1) 구단의 귀책사유로 연맹의 스폰서, 광고 및 출판업체, 라이선스 및 상품화사업권자 등 계약 상대방이 연맹과 체결한 계약 내용의 권리를 침해되거나 위반할 경우, 연맹은 해당 구단에게 500만원 이하의 제재금을 부과할 수 있으며, 제재금은 재정위원회에서 결정한다.

2) 구단의 고의로 연맹의 스폰서 권리를 침해하거나 훼손하였을 경우, 상기 1호의 제재와 함께 그에 따른 손해배상을 하여야 한다.

2. 유니폼 규정 위반에 따른 제재

공식 경기에 출장하는 선수가 본 규정 제15조제4항의 규정을 위반하여 경기에 출장하는 경우 연맹은 해당 구단에 300만원 이하의 제재금을 부과한다.

3. 기타 위반에 따른 제재

제2항제1호 및 제2항제2호 외의 본 규정을 위반하거나 이행하지 않아 연맹, 타 구단, 스폰서 등에 손해를 끼친 경우 연맹은 재정위원회에 회부할 수 있다.

부칙<2024.09.03.>

제1조(시행일) 본 규정은 이사회회의 승인을 받은 날로부터 시행한다.

■ 한국핸드볼연맹 마케팅 규정 [별표 1]

1. 정규 광고물의 종류와 크기

구분	규격	구좌 수	특징 및 위치
센터서클 광고	경기장 중심에서 지름 5m	1	경기장 정중앙. TV카메라 정면에 위치
센터코트 광고	(가로) 5m × (세로) 1m	2	경기장 정중앙 상하. TV 카메라 정면에 위치
하프코트 광고	(가로) 5m × (세로) 1m	8	코트 반면 당 4구좌씩
골에어리어 광고	(가로) 5m × (세로) 1m	6	각 골 에어리어 당 3구좌씩
골 광고	(가로) 3m × (세로) 1m	2	각 골 당 1구좌씩
LED보드 광고	(가로) 40m × (세로) 0.9m	15	1구좌 당 4초씩 순환 송출(분 당 1회전)
A보드광고	(가로) 4m × (세로) 0.9m	8	각 골 후면 당 4구좌씩

■ 한국핸드볼연맹 마케팅 규정 [별표 2]

1. 구단에 제공되는 정규광고물

구분	연맹 구좌 수	구단 구좌 수	연맹 용도
센터서클 광고	1	0	타이틀스폰서
센터코트 광고	2	0	기타 오피셜스폰서
하프코트 광고	8	0	타이틀스폰서, 기타 오피셜스폰서
골에어리어 광고	0	6	구단스폰서
골 광고	2	0	기타 오피셜스폰서
LED보드 광고	11	4	타이틀스폰서, 기타 오피셜스폰서, 구단스폰서
A보드광고	4	4	기타 오피셜스폰서, 구단스폰서

■ 한국핸드볼연맹 마케팅 규정 [별표 3]

1. 유니폼 내 연맹 광고 규격 및 구좌 수

구분	규격	구좌 수	특징 및 위치
상의 내 소매광고	(가로) 10cm × (세로) 15cm	2	좌, 우 각 1개씩
상•하의 내 광고	구단 자율	구단 자율	구단 자율

■ 한국핸드볼연맹 마케팅 규정 [그림 1]

1. 정규 광고물의 위치



■ 한국핸드볼연맹 마케팅 규정 [그림 2]

1. 유니폼 상의 광고



■ 한국핸드볼연맹 마케팅 규정 [그림 3]

1. 유니폼 하의 광고

