

# 마케팅 규정



한국프로축구연맹

# 목 차

## 제1절 총칙

제1조. 명칭 .....	4
제2조. 목적 .....	4
제3조. 적용 .....	4

## 제2절 사업의 권리와 범위

제4조. 연맹과 구단의 관계 .....	4
제5조. 중계방송 사업의 권리와 범위 .....	5
제6조. 광고 사업의 권리와 범위 .....	5
제7조. 입장권 판매 권리 및 사업 .....	6
제8조. 상품화 권리 및 사업 .....	6
제9조. 선수 및 코칭스태프의 퍼블리시티권 사용 .....	7
제10조. 데이터 사용 권리와 범위 .....	7
제11조. 기타 사업권리 .....	7

## 제3절 광고의 설치 및 운영

제12조. 광고보드의 종류 및 설치 .....	8
제13조. 타이틀스폰서 광고 운영 .....	9
제14조. 오피셜스폰서 광고 운영 .....	9
제15조. 90°입체광고 운영 .....	9
제16조. 골대 측면광고 운영 .....	9
제17조. 인터뷰 백드롭 운영 .....	10
제18조. 기타 광고 설치 .....	10
제19조. 광고운영의 제재 .....	10
제19조의1. 금지광고물 등 .....	10
제19조의2. 매복마케팅의 방지 의무 .....	11

## 제4절 팀 색상 및 유니폼

제20조. 유니폼 색상 및 문자 표기 .....	11
제21조. 유니폼 등록 및 변경 승인 .....	11
제22조. 착용 의무 .....	12
제23조. 선수 배번 및 마크 .....	12
제24조. 연맹 패치 및 구단 광고 .....	13
제25조. 상호, 선수, 연고지명 표시 .....	13
제26조. 기념 유니폼 .....	13

**제5절 입장권 및 관중집계**

제27조. 입장권 .....	14
제28조. 관중의 범위 .....	14
제29조. 관중집계 .....	15

**제6절 AD카드 및 연맹증 운영**

제30조. AD카드 .....	15
제31조. 연맹증 관리 .....	15

**제7절 전광판 운영**

제32조. 경기장 전광판 .....	16
---------------------	----

**제8절 마케팅 규정 위반 제재사항**

제33조. 유형별 제재 .....	16
--------------------	----

**부칙**

제1조. 시행일 .....	17
----------------	----

## 마케팅 규정

### 제1절 총칙

#### 제1조 명칭

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

#### 제2조 목적

본 규정은 한국프로축구연맹(이하 '연맹'이라 함)의 사업 및 마케팅 관련 사항을 통일화하며, 연맹과 K리그1, K리그2의 회원단체(이하 '구단'이라 함) 및 감독을 포함한 모든 스태프(이하 '코칭스태프'이라 함), 선수(이하 '선수'라 함) 등을 활용한 마케팅을 통하여 K리그 전체의 사업 수준을 향상시키는데 그 목적이 있다.

#### 제3조 적용

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

### 제2절 사업의 권리와 범위

#### 제4조 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.

## 제5조 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(System Operator), 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.

## 제6조 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 제3절(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 제3절(광고의 설치 및 운영)에 따른 광고게재를 포함한 오피셜스폰서의 권리사항을 준수하여야 한다.
- ③ 구단은 스폰서 유치와 관련된 자료를 별첨 1의 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 카테고리와 중복되는 경우는 예외로 한다.

## 제7조 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 제5절 (입장권 및 관중집계)을 준수하여야 한다.
- ④ 구단은 본 규정 제27조(입장권) 4항에 따라 입장권 판매와 관련된 사항을 공식문서로 제출한다.

## 제8조 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.

## 제9조 선수 및 코칭스태프의 퍼블리시티권 사용

- ① 구단은 소속 선수 및 코칭스태프와의 계약기간 동안 선수 및 코칭스태프의 성명, 초상, 예명, 아호, 음성 등 동일성을 식별할 수 있는 일체의 것(이하 '퍼블리시티권')을 직접 사용하거나 제3자에게 이를 사용할 수 있는 권리를 부여할 수 있다. 단, 본 조에서의 '퍼블리시티권'은 경기 및 훈련, 공식행사, 팬서비스활동, 대언론활동, 홍보활동, 사회공헌활동 등 선수활동으로부터 발생하거나 이와 관련이 있는 것으로 한정된다.
- ② 연맹은 2개 구단 이상 또는 3명 이상의 선수 및 코칭스태프의 퍼블리시티권을 집합적으로 사용하거나 제3자에게 이를 사용할 수 있는 권리를 부여할 수 있다.
- ③ 연맹이 특정 선수 또는 코칭스태프의 퍼블리시티권을 개별적으로 사용하고자 할 경우 해당 선수 또는 코칭스태프의 소속 구단과 사전에 협의하여야 한다.
- ④ 연맹은 선수 및 코칭스태프에게 연맹의 광고 선전, 홍보, 프로모션, 단체행사 등에 출연을 요청할 수 있고, 당사자인 선수 및 코칭스태프와 소속 구단은 이에 최대한 협조한다.

## 제10조 데이터 사용 권리와 범위

- ① 연맹은 연맹이 주최, 주관하는 대회에서 방송영상 또는 촬영영상을 기반으로 생성한 경기관련 데이터에 대한 판매 권리를 갖는다.
- ② 구단은 팀의 직접 또는 위탁 (계약)을 통해 촬영한 영상과 분석데이터를 전술 분석, 기타 자체적인 용도에 한해 사용가능하며, 이를 상업적으로 활용하거나, 제3자에게 제공하거나 제3자가 상업적으로 활용하도록 할 수 없다.
- ③ 본 조에서 데이터라 함은 K리그 경기의 중계영상 또는 촬영영상을 기반으로 경기를 수행하는 팀과 개별 선수들의 경기 중 활동을 분석 및 측정하여 통계화한 자료 일체를 의미한다.

## 제11조 기타 사업권리

- ① 연맹과 구단은 사전 합의한 후 제2절(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.

### 제3절 광고의 설치 및 운영

#### 제12조 광고보드의 종류 및 설치

- ① 경기장에 설치할 수 있는 광고보드의 종류는 다음과 같다. <아래 표 변경: 2023/02/20 개정>

구분	규격 및 노출시간		특징
A보드	6m X 1m / 경기시간 중		인쇄된 브랜드 디자인을 A보드에 고정
롤링보드	無 / 1구좌당 4분 17초		인쇄된 브랜드디자인을 기계식으로 회전시켜 순차적으로 표출
LED 보드	전면	無 / 1구좌당 4분 17초	영상 및 사진 등을 LED장치로 표출
	3면	無 / 1구좌당 2분 11초	
90도 입체광고	경기시간 중		좌우측 골대에서 위쪽 공간으로 설치
골대 측면광고	경기시간 중		좌우측 골대 측면에 설치

※ 롤링보드 및 전면 LED보드는 21구좌 기준(4분 17초/1구좌), 3면 LED보드는 41구좌 기준(2분 11초/1구좌)

※ ※ LED보드의 경우 양측 골대 뒤편에 설치된 LED보드가 골대 정중앙에 미치지 아니하면 전면 LED 보드로 간주한다.

- 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) <아래 표 변경: 2023/02/20 개정>

구 분	연맹 광고 구좌		비 고
A보드 (6mX1m)	① 전면 정중앙 2구좌 (대회 타이틀 2구좌) ② 대회 타이틀 구좌 우측 1구좌 ③ 전면 양쪽 끝 각 1구좌, 총 2구좌 ④ 양쪽 골대 뒤 정중앙 각 1구좌, 총 2구좌	※ 전면 21구좌 / 양쪽 골대 뒤 각 10구좌 기준  ※ 우측 : 본부석에서 바라봤을 때 우측	
롤링보드	① 전면 정중앙 2구좌 (대회 타이틀 광고) ② 대회 타이틀 광고 우측 1구좌 ③ 전면 양쪽 끝 각 1구좌, 총 2구좌 ④ 양쪽 골대 뒤 정중앙 각 1구좌, 총 2구좌		
LED 보드	① 대회 타이틀 구좌 : 정중앙 전면 고정 2구좌(12m X 1m) 또는 전면 LED 2구좌 ② 전면 LED : 3구좌 ③ 양쪽 골대 뒤 정중앙 A보드 각 1구좌, 총 2구좌	※ 전면 21구좌 / 3면 41구좌 기준  ※ 전면 LED 구좌당 4분 17초	
3면	① 대회 타이틀 구좌 : 정중앙 전면 고정 2구좌(12m X 1m) 또는 전면 LED 2구좌 ② 3면 LED : 5구좌	※ 3면 LED 구좌당 2분 11초	
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 터치라인과 골라인으로부터 최소 4m 이상 떨어져있어야 하고, 골대 부근은 5m 이상 떨어져 있어야 한다. 단, 경기장 조건에 따라 조정이 필요한 경우 연맹과 사전 협의 한다.

## 제13조 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. (별첨2. 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 12m이상	LED보드 구좌 내 또는 LED보드 상단

- ③ 연맹의 타이틀스폰서 광고 구좌 수는 전면 정중앙 2구좌, 전면 양쪽 끝 2구좌, 90°입체광고 2구좌로 운영되며, K리그1과 K리그2는 다르게 운영될 수 있다.

## 제14조 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. (별첨2. 참조)
- ② 연맹의 오피셜스폰서 광고 구좌 수는 본부석 기준 전면 대회 타이틀스폰서 광고 오른쪽 1구좌, 양쪽 골대 뒤 정중앙 2구좌, 90°입체광고 2구좌, 골대 측면광고 4구좌로 운영되며, K리그1과 K리그2는 다르게 운영될 수 있다.

## 제15조 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, K리그1과 K리그2는 다르게 운영될 수 있다. (별첨 2. 참조)
- ③ 90°입체광고의 규격 및 위치는 연맹이 판단하여 선수들의 안전성과 심판판정의 용이성을 고려하여 설치한다.

## 제16조 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.

## 제17조 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 공식경기와 관련된 모든 인터뷰 진행 시 연맹에서 제공한 백드롭을 사용하여야 한다.
- ③ 인터뷰 백드롭의 사용은 공식인터뷰 및 플래쉬 인터뷰 시 사용한다.

## 제18조 기타 광고 설치

- ① 구단은 제12조 제1항에서 정한 광고보드 이외의 광고물 또는 공중에 상업광고를 노출하는 것으로 인식될 수 있는 물건을 경기장에 설치하거나 제3자로 하여금 설치하게 할 경우 연맹의 사전 승인을 받아야하며, 연맹 광고보드의 구좌 수 및 위치에 지장을 주어서는 안 된다.
- ② 연맹은 스폰서의 홍보.프로모션, 캠페인 등을 위해 구단과 사전 합의한 후 보드 및 배너를 추가 설치할 수 있다.

## 제19조 광고운영의 제재

구단이 제3절(광고의 설치 및 운영)을 위반하였을 때는 마케팅규정 제33조(유형별 제재) 1항에 따라 제재를 받을 수 있다.

### 제19조의 1 금지광고물 등

- ① 구단은 형태나 종류를 불문하고, 다음 각 호를 내용으로 하거나 이와 관련된 사업, 상품, 업체, 단체의 명칭이 포함된 광고물 또는 이를 노출하는 물건을 직접 설치하거나 제3자가 설치하는 것을 허용해서는 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 제33조(유형별 제재) 제5항에 따라 제재를 받을 수 있다.

## 제19조의 2 매복마케팅의 방지 의무

구단은 연맹이 주최·주관하는 대회의 공식 명칭 등을 사용할 권리가 없는 타인이 이를 사용하거나 이를 연상케 하는 표시·광고 등을 하여 상업적 이익을 도모하는 행위(이른바 '매복마케팅', 'Ambush Marketing' 행위)를 적극 방지하여야 한다.

## 제4절 팀 색상 및 유니폼

### 제20조 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 한다.
- ④ 제2유니폼의 색상은 흰색 또는 아래 각 호의 조건을 모두 충족하는 유색으로 할 수 있다.  
단, 제3유니폼의 색상을 흰색으로 하는 경우 제2유니폼의 색상은 아래 가.호만 충족하는 유색으로 할 수 있다.
  - 가. 제1유니폼의 색상과 유사한 계열이 아닌 색상
  - 나. 색상의 명도(B)값이 85% 이상
  - 다. 색상의 채도(S)값이 10% 이하
- ⑤ 구단 유니폼의 주된 색상 구성은 3가지까지만 허용된다. 단, 광고, 이름, 배번 등의 각종 문구의 색상은 포함하지는 않는다.
- ⑥ 유니폼에 표기하는 선수명과 배번의 서체는 연맹이 지정한 것을 사용한다. 단, 제26조에 따라 연맹의 사전 승인을 득한 기념유니폼은 예외로 한다.

### 제21조 유니폼 등록 및 변경 승인

- ① 제1유니폼과 제2유니폼은 시즌 개막 전까지 등록을 완료하여야 하고, 제3유니폼은 시즌 개막 전 또는 시즌 중 등록할 수 있다.
- ② 시즌 개막 전 유니폼 등록은 아래 각 호의 순서에 따른다.
  - 가. 매년 11월 말일까지 다음 연도에 착용할 유니폼의 색상값(CMYK, PANTONE 컬러코드 중 택1)을 제출하여 연맹의 승인을 받는다.
  - 나. 매년 12월 말일까지 다음 연도에 착용할 유니폼의 시안을 제출하여 연맹의 승인을 받는다.
  - 다. 시즌 개막 30일 전까지 유니폼 등록신청서 및 광고와 리그패치가 부착된 실제 유니폼 샘플을 종류별로 1벌씩 제출하여 연맹의 승인을 받는다.
- ③ 시즌 중 제3유니폼을 등록할 때에는 해당 유니폼을 착용하고자 하는 경기 7일 전까지 연맹에 유니폼 등록신청서 및 샘플을 제출하여 승인을 받는다. 시즌 중 유니폼의 색상·디자인·광고의 변경, 특정 경기나 행사를 기념하기 위한 문구의 추가, 기념유니폼 제작

등의 경우에도 같다.

- ④ 연맹은 구단이 제출한 유니폼 샘플의 색상·디자인·광고 등이 연맹 규정에 위반될 경우 해당 유니폼을 승인하지 않을 수 있으며, 본조에서 정한 기한내에 유니폼 승인을 받지 못할 경우 구단은 마케팅규정 제33조(유형별 제재) 제2항에 따라 제재를 받을 수 있다.
- ⑤ 구단 유니폼에는 선수 개개인의 개별 광고, 캠페인 등 기타 문구를 별도 등록하여 착용할 수 없다.

## 제22조 착용 의무

- ① 경기에 참가하는 각 구단 선수는 제21조(유니폼 등록 및 변경 승인)에 따라 연맹이 승인한 유니폼(색상, 디자인, 광고 등)을 착용하여야 한다. 만약 승인을 받지 않은 다른 유니폼을 착용했을 경우, 연맹은 해당 구단에 마케팅규정 제33조(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.

## 제23조 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 앰블렘, 마스코트 등의 표식을 부착할 수 있으며, 부착위치와 규격은 다음과 같다.

구분	규격	위치
상의 앞면	100㎠ 이하	구단의 선택에 따라 가슴부분 1곳 표시,
하의 앞면	50㎠ 이하	오른쪽 또는 왼쪽 앞부분 아래 1곳
스타킹	25㎠ 이하	구단에 따라 위치 선택, 양쪽 모두 가능

## 제24조 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, 제21조(유니폼 등록 및 변경 승인)에 의하여 연맹의 승인을 받아야 한다.
- ③ 유니폼 광고에는 제19조의1 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.

## 제25조 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 국문으로 하며, 높이 5cm~7.5cm 사이에서 선택할 수 있으며, 선수명의 위치는 별첨 3.에 따르되, 연맹의 사전 승인을 얻어 선수명의 위치와 광고의 위치를 바꿀 수 있다.
- ③ 연고지역명은 유니폼 상의 오른쪽소매 측면 정중앙에 30cm<sup>2</sup>이하의 크기로 반드시 표시하여야 한다. 단, 구단의 광고 삽입으로 연고지명에 영향을 줄 경우 제24조(연맹 패치 및 구단 광고) 4항에 의거 수정하여야 한다.

## 제26조 기념 유니폼

구단은 특별한 사유가 있을 경우(창단 기념일 등) 기존 등록 유니폼 이외 별도의 기념 유니폼을 제작하여 착용할 수 있으며, 제21조(유니폼 등록 및 변경 승인) 제3항에 의거 연맹에 사전 승인을 득한 후 착용한다.

## 제5절 입장권 및 관중집계

### 제27조 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 위해불질과 정치적, 종교적 문구 또는 비방, 비난, 욕설 등이 포함된 게시물은 반입을 금지한다.</li> </ul>

### 제28조 관중의 범위

- ① K리그 공식경기의 관중은 입장게이트를 통과한 모든 인원으로 정의한다.
- 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 구분한다. 단, 공식관중은 유료관중만을 의미한다.

## 제29조 관중집계

- ① 공식경기의 관중 수 집계방식은 이사회가 정하는 바에 따른다.
- ② 연맹에서 공식적으로 파견하는 경기감독관은 관중집계에 대해 관리감독 할 수 있다.
- 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 제33조(유형별 제재) 3항에 의해 제재를 받을 수 있다.

## 제6절 AD카드 및 연맹증 운영

### 제30조 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.

### 제31조 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 퇴사시 연맹증을 연맹에 반납한다.

## 제7절 전광판 운영

### 제32조 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 제33조(유형별 제재) 4항에 따라 제재금을 부과할 수 있다.

## 제8절 마케팅 규정 위반 제재사항

### 제33조 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 제21조(유니폼 등록 및 변경) 1항의 유니폼 등록 기한을 넘길 경우 연맹은 해당 구단에 300만원의 제재금을 부과한다.
  - 2) 공식 경기에 출장하는 선수가 제22조(유니폼 착용의무) 1항의 규정을 위반하여 경기에 출장하는 경우 연맹은 해당 구단에 300만원의 제재금을 부과한다.
- ③ 입장권 및 관중집계 규정 위반에 따른 제재  
구단이 제29조(관중집계)를 위반한 경우 연맹은 해당 구단에 제재금을 부과하며, 제재금은 위반정도에 따라 상벌위원회가 결정한다.
- ④ 전광판 운영 규정 위반에 따른 제재  
구단이 제32조(경기장 전광판) 1항의 규정을 위반한 경우 연맹은 해당 구단에 500만원의 제재금을 부과한다.
- ⑤ 기타 위반에 따른 제재  
구단이 상기 제33조(유형별 제재) 이외 마케팅규정을 위반하거나 이행 하지 않아 연맹, 타 구단, 스폰서 등에 손해를 끼친 경우 연맹은 해당 구단을 상벌위원회에 회부할 수 있다.

## 부칙

### 제1조 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.

## 개정내역

2019/12/02	개정
2020/01/20	개정
2020/08/19	개정
2021/10/08	개정
2021/11/11	개정
2022/01/17	개정
2023/01/16	개정
2023/02/20	개정



한국프로축구연맹

[www.kleague.com](http://www.kleague.com)