РЕГЛАМЕНТ МХЛ

СЕЗОНЫ 2021/2022, 2022/2023, 2023/2024, 2024/2025

УТВЕРЖДЕН
Советом директоров ООО «КХЛ»
(протокол № 119 от 27 июля 2021 года)

С изменениями, утвержденными
Советом директоров ООО «КХЛ»
(протокол № 133 от 27 июля 2022 года,
протокол № 145 от 28 июля 2023 года)

РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ МХЛ

Москва, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА 1. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МХЛ И КЛУБОВ СО СПОНСОРАМИ И РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ЧЕМПИОНАТА 3
Статья 1 Деятельность КХЛ и Клубов при реализации коммерческих прав 3
Статья 2 Права КХЛ 3
Статья 3 Права Клубов 5
Статья 4 Обязанности Клубов 5
Статья 5 Требования к изготовлению и размещению рекламных материалов 10
Статья 6 Требования к фотоматериалам комплекта документов Клубов 12
ГЛАВА 2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КЛУБОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ВЕЩАТЕЛЬНЫХ ПРАВ 13
Статья 7 Обязанности Клуба 13
Статья 8 Обеспечение условий размещения оборудования в Спортсооружении 14
Статья 9 Парковка ПТС и телевизионной техники 15
Статья 10 Приезд команд 15
Статья 11 Организация рекламных пауз во время Матча 15
Статья 12 Телесъемка со льда 17
Статья 13 Комментаторские позиции 17
Статья 14 Телевизионные студии 18
Статья 15 Новые технологии 18
Статья 16 Прокладка кабелей 18
Статья 17 Организация и осуществление интернет-трансляций 18
ГЛАВА 3. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МХЛ И КЛУБОВ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ 19
Статья 18 Направления и порядок сотрудничества КХЛ и Клубов со СМИ 19
Статья 19 Обязанности Клуба 19
Статья 20 Общие положения об Аккредитации МХЛ представителей СМИ на мероприятиях, проводимых Лигой 24
Статья 21 Производство Клубом видеопродуктов 24
Статья 22 Проведение пресс-конференций 25
Статья 23 Интервью 26
ГЛАВА 4. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ МХЛ И КЛУБОВ 27
Статья 24 Взаимодействие интернет-ресурсов МХЛ и Клубов 27
Статья 25 Работа Лиги и Клубов в социальных сетях 28
ГЛАВА 5. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МХЛ И КЛУБОВ ПО РАБОТЕ СО ЗРИТЕЛЯМИ 30
Статья 26 Обязанности Клубов 30
ГЛАВА 6. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ 30
Статья 27 Вступление Регламента по маркетингу и коммуникациям МХЛ в силу 30
Статья 28 Ответственность за неисполнение требований Регламента по маркетингу и коммуникациям МХЛ 30
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 ПОЛОЖЕНИЕ О ПРЯМЫХ ИНТЕРНЕТ-ВИДЕОТРАНСЛЯЦИЯХ И ВИДЕООБЗОРАХ МАТЧЕЙ 31
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 ПРАВИЛА АККРЕДИТАЦИИ МХЛ НА ЧЕМПИОНАТ МХЛ 36
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 Шаблон согласования хоккейной формы Клуба 37
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 Формат фотографий к комплекту заявочных документов Клубов 40
ПРИЛОЖЕНИЕ 5 Список запланированных мероприятий по работе со Зрителями 41
ПРИЛОЖЕНИЕ 6 Список проведенных мероприятий, по работе со Зрителями 42

ГЛАВА 1. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МХЛ И КЛУБОВ СО СПОНСОРАМИ И РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ЧЕМПИОНАТА

Статья 1
Деятельность КХЛ и Клубов при реализации коммерческих прав

КХЛ при реализации коммерческих прав:

1. Распоряжается коммерческими правами, а именно исключительными правами на использование наименования Чемпионата и его символики, размещение рекламы товаров, работ и услуг в местах проведения Матчей, определение статусов официальных производителей спортивной экипировки, спортивного оборудования и инвентаря, используемых в Чемпионате, а также иными правами на использование наименования Чемпионата и его символики, так или иначе связанными со статусом организатора Чемпионата.
2. Распоряжается вещательными правами, а именно исключительными правами на освещение Чемпионата посредством трансляции изображения и (или) звука любыми способами и (или) с помощью любых технологий, а также посредством осуществления записи трансляций и/или фотосъемок Чемпионата, а также иными правами на освещение Чемпионата, так или иначе связанными со статусом организатора Чемпионата.
3. Распоряжается неисключительными правами на использование, в том числе коммерческое, но исключительно в связи с Матчами и Чемпионатом в целом:
   а) изображений, полного имени, образцов подписи и почерка, внешнего облика, стилизованных и фотографических образов Хоккеистов в клубной экипировке, экипировке МХЛ либо повседневной одежде, слоганов, высказываний, популярных выражений и других атрибутов персонификации Хоккеистов, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, Судей, Комиссаров матча, Инспекторов матча, принимающих участие в Матчах и иных мероприятиях МХЛ, включая случаи, когда такие изображения являются основным объектом использования;
   б) товарных знаков и иных обозначений, символик и иных результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации Клубов;
   в) фото-, видеоизображений внутренних интерьеров и фасадов Спортсооружений.
4. Осуществляет взаимодействие со средствами массовой информации.
5. Распоряжается правами на статистические базы данных в отношении Матчей, созданные на основе игровой статистики и параметров игры Хоккеистов, посредством сбора таких статистических данных любыми способами и (или) с помощью любых технологий.

Статья 2
Права КХЛ

КХЛ как распорядитель имущественных прав на Чемпионат осуществляет реализацию всех коммерческих прав с правом совершения следующих действий:

1. Силами штатных сотрудников или Коммерческих инспекторов матчей осуществляет контроль исполнения и размещения Клубами рекламных материалов в соответствии с требованиями Регламента МХЛ и условиями «Соглашения о распределении рекламного пространства», состоянием рекламных материалов в Спортсооружении, а также контролирует исполнение Клубами иных обязанностей в соответствии с Регламентом МХЛ. Под рекламными материалами в контексте настоящего Регламента понимаются материалы, содержащие информацию о рекламируемых товарах, работах и услугах, а также сами товары, являющиеся объектами рекламирования, соответствующие требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Направляет представления о привлечении к предусмотренной Регламентом МХЛ ответственности Клубов, Хоккеистов, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, Судей за нарушение положений Регламента МХЛ.
3. Проводит Аккредитацию МХЛ и контролирует допуск на Матчи и иные мероприятия Лиги представителей средств массовой информации.
4. Согласовывает порядок и содержание церемоний, проводимых во время Матчей, в том числе церемоний открытия и закрытия Матчей, а также проводит специальные мероприятия Лиги, разрабатывает и выпускает продукцию к отдельным акциям и мероприятиям.
5. Использует самостоятельно, предоставляет и контролирует использование третьими лицами прав на названия, изображения, официальную атрибутику и символику Чемпионата, включая:
   а) изображения Кубка победителя Чемпионата МХЛ;
   б) иной наградной атрибутики Чемпионата, а также наградной атрибутики официальных мероприятий Лиги;
   в) товарные знаки и иные обозначения и средства индивидуализации, символику и иные результаты интеллектуальной деятельности Клубов;
   г) изображение, полное имя, образцы подписи и почерка, внешнего облика, стилизованных и фотографических образов Хоккеистов в клубной экипировке, экипировке Лиги, либо повседневной одежде, слоганов, высказываний, популярных выражений и других атрибутов персонификации Хоккеистов, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, Судей, Комиссаров матча, Инспекторов матча, принимающих участие в Матчах и иных мероприятиях Лиги, включая случаи, когда такие изображения являются основным объектом использования.
6. Привлекает спонсоров и рекламодателей Чемпионата, производителей экипировки, а также резервирует товарные категории с целью обеспечения эксклюзивности привлеченных спонсоров и рекламодателей в их товарных категориях. Для обеспечения настоящего положения не позднее чем за 1 месяц до начала Чемпионата МХЛ направляет в Клубы информационное письмо с перечнем зарезервированных за КХЛ товарных категорий, а также согласовывает товарные категории, места размещения и внешний вид рекламных материалов спонсоров и рекламодателей Клубов во время проведения «домашних» Матчей с правом отказать в согласовании спонсоров и рекламодателей Клуба при пересечении по товарным категориям, зарезервированным за КХЛ.
7. Использует рекламные возможности Спортсооружений, оборудования Спортсооружений и проводит любого рода рекламные акции, промоакции, специальные маркетинговые мероприятия во время проведения Матчей и иных мероприятий Лиги, а также информирует Клубы о необходимости замены трансляции по громкой системе оповещения (далее — ГСО) и на медиакубе аудио-, видеороликов путем направления монтажного листа и уведомления о местонахождении рекламных материалов на сервере посредством электронной почты.
8. Производит и направляет за свой счет в Клубы рекламные материалы для их размещения внутри Спортсооружений во время проведения Матчей и иных мероприятий Лиги (включая аудио-, видеоролики для трансляции по ГСО и на медиакубе), на экипировке Хоккеистов, Тренеров, врачей, Судей, обслуживающего персонала во время проведения Матчей и иных мероприятий Лиги, а также предоставляет к размещению и распространению рекламные материалы на телевидении, радио, наружных рекламоносителях, в печатных и электронных СМИ в России и за рубежом, включая сеть Интернет.
9. Осуществляет самостоятельно или предоставляет права третьим лицам осуществлять торговлю любого рода товарами внутри Спортсооружений во время проведения Матчей.

10. Производит и реализует товары с названием и (или) атрибутикой Чемпионата и Клубов (Хоккеистов), включая сувенирную продукцию, а также предоставляет указанные права третьим лицам.
11. Осуществляет контроль использования видео- и фотоизображений Матчей и иных мероприятий Лиги, включая производство и передачу телевизионных и радиотрансляций, трансляций в сети Интернет, трансляций по каналам мобильной связи и фотосъемок Матчей и иных мероприятий Лиги.
12. Предоставляет разрешения на использование Матчей, Чемпионата в целом, товарных знаков и иных обозначений и средств индивидуализации Клубов, изображений Хоккеистов, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, статистических баз данных Матчей и матчей, проводимых в рамках иных мероприятий МХЛ для создания игровых технологий, в том числе для создания компьютерных игр, мобильных приложений и т. п.
13. Присваивает официальные статусы и титулы спонсорам (партнерам, рекламодателям) Чемпионата и иных мероприятий Лиги.
14. Осуществляет популяризацию Чемпионата, Лиги, Клубов и хоккея в целом путем осуществления рекламной, выставочной, просветительской деятельности, сотрудничества со СМИ, информационного наполнения официального сайта МХЛ и др.
15. Осуществляет коммуникацию, освещая в средствах массовой информации ход и результаты Чемпионата, деятельность КХЛ и Клубов.
16. Осуществляет международную деятельность, направленную на развитие и поддержание контактов с зарубежными компаниями, организующими хоккейные соревнования с участием Клубов, оказание помощи Клубам в переговорах с зарубежными организациями.
17. Осуществляет контроль за использованием статистических баз данных Матчей и матчей, проводимых в рамках иных мероприятий МХЛ.

Статья 3
Права Клубов

1. Клубы могут использовать часть прав на Чемпионат, в том числе в коммерческих целях, в порядке и на условиях, предусмотренных Регламентом МХЛ и Соглашением о распределении рекламного пространства. Использование товарных знаков Лиги без письменного согласия правообладателя в случаях, не связанных с Матчами и Чемпионатом, недопустимо и будет квалифицировано в соответствии с законодательством РФ.
2. Часть прав на размещение рекламы внутри и снаружи Спортсооружения, экипировке Хоккеистов, телевизионных трансляциях во время проведения «домашних» Матчей могут использоваться Клубами в соответствии с Регламентом МХЛ и Соглашением о распределении рекламного пространства.
3. Клуб вправе использовать рекламные возможности Спортсооружения и оборудование Спортсооружения, проводить рекламные акции, специальные маркетинговые и иные мероприятия во время проведения «домашних» Матчей в собственных целях только при наличии надлежащим образом оформленного (подписанного) с КХЛ Соглашения о распределении рекламного пространства.

Статья 4
Обязанности Клубов

1. Клуб обязан не позднее 15 (пятнадцати) календарных дней до начала Чемпионата подписать и представить в КХЛ Соглашение о распределении рекламного пространства.

2. Клуб обязан иметь в штатной структуре подразделение, ответственное за размещение рекламы в Спортсооружении, на экипировке, оборудовании, интернет-сайте и

полиграфической продукции в соответствии с требованиями Регламента МХЛ, а также ответственное за работу с коммерческими партнерами Клуба и Лиги и работу со Зрителями.

3. При организации и осуществлении розничной и оптовой торговли продукцией с символикой Клуба, в том числе с совместным использованием символики МХЛ и (или) официальных мероприятий МХЛ на территории Спортсооружения и вне его Клуб обязан руководствоваться документом «Рекомендации МХЛ по лицензионной программе Клуба», утвержденным Лигой.

4. В период проведения Чемпионата Клуб обязан:

а) не иметь действующих договоров с компаниями, имеющими пересечения по зарезервированным за КХЛ товарным категориям, условия которых предполагают предоставление компании права прямо или косвенно ассоциироваться с Клубом;

б) не допускать размещения каких-либо аудио-, видео-, печатных и иных рекламных материалов, спонсоров (партнеров, рекламодателей, лицензиатов) Клуба и (или) рекламных материалов третьих лиц, имеющих пересечения по зарезервированным за КХЛ товарным категориям, в том числе размещения третьими лицами:

1) на форме Хоккеистов;

2) на программках к «домашним» Матчам, Абонементах, в том числе на картах с функцией Абонемента, входных и пригласительных Билетах, пропусках на автотранспорт, а также любой печатной продукции, распространяемой непосредственно до, после, а также во время проведения Матчей Клуба;

3) на каждой странице официальных сайтов Клубов;

4) на официальных страницах Клубов в социальных сетях;

5) в официальных мобильных приложениях Клубов;

6) в электронных сообщениях Клуба посредством электронной коммуникации с Болельщиками (рассылках e-mail, SMS и т.п.).

в) за свой счет обеспечивать надлежащее размещение предоставленных КХЛ рекламных материалов и информации о спонсорах, партнерах и рекламодателях Чемпионата на льду, бортах, защитных стеклах, заливочных машинах, иных местах Спортсооружения. Указанное размещение должно быть обеспечено в полном соответствии с требованиями КХЛ и регламентируется Соглашением о распределении рекламного пространства. КХЛ предоставляет Клубам рекламные материалы не позднее двух недель до первого «домашнего» Матча Клуба. В случае перезаливки льда или переноса Матчей на другое Спортсооружение, инициированное Клубом, Клуб осуществляет производство и размещение рекламного материала спонсоров, партнеров и рекламодателей Чемпионата за свой счет, в том числе на ледовой поверхности. В случае перезаливки льда, инициированной КХЛ в связи с проведением в Спортсооружении специального мероприятия или необходимостью замены рекламного материала спонсоров и рекламодателей Чемпионата, Лига осуществляет производство, доставку и размещение рекламных материалов КХЛ за свой счет;

г) за свой счет обеспечивать надлежащее размещение предоставленных КХЛ рекламных материалов о спонсорах, партнерах и рекламодателях Чемпионата на форме Хоккеистов. Указанное размещение должно быть обеспечено в полном соответствии с требованиями КХЛ и регламентируется Соглашением о распределении рекламного пространства. КХЛ высылает установленную квоту рекламных материалов в каждый Клуб в начале сезона. В случае если в течение сезона рекламные материалы заканчиваются или изнашиваются, Клуб изготавливает их за свой счет.

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

5. В период проведения Матча Клуб-«хозяин» обязан:

а) обеспечивать наличие фонового плаката с изображениями логотипов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и Клуба, эскиз которого предоставляется КХЛ — баннера пресс-зоны в помещении для проведения предматчевых и послематчевых пресс-конференций с участием Тренеров, руководства КХЛ и Клубов, баннеров Смешанной зоны и зоны для флеш-интервью (зонах для проведения интервью с Игроками); не допускать фактов проведения интервью не на фоне баннеров Смешанной зоны и зоны для флеш-интервью;

б) в перерывах между периодами Матча на информационном табло Спортсооружения обеспечивать трансляции рекламных видеороликов спонсоров и рекламодателей Чемпионата по заранее представленному КХЛ медиа-плану (монтажному листу). Смена роликов должна осуществляться по первому требованию КХЛ, но в любом случае не позднее 2 рабочих дней со дня получения письменного уведомления посредством электронной почты о размещении роликов на сервере и монтажного листа;

в) в перерывах между периодами Матча обеспечить трансляцию аудио-роликов, предоставленных КХЛ, по ГСО Спортсооружения. Смена аудио-роликов осуществляется по первому требованию КХЛ, но в любом случае не позднее 2 (двух) рабочих дней со дня получения письменного уведомления посредством электронной почты о размещении роликов на сервере и монтажного листа;

г) обеспечивать на основании предварительной заявки КХЛ на безвозмездной основе возможность проведения промоутерских мероприятий, демонстрацию и распространение продукции и (или) рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата во время проведения «домашних» Матчей, в том числе в VIP-зоне Спортсооружения;

д) обеспечивать на основании предварительной заявки КХЛ предоставление на возмездной основе площади в фойе Спортсооружений для организации спонсорами (партнерами, рекламодателями) Чемпионата точек продаж выпускаемой продукции;

е) не допускать размещения каких-либо аудио-, видео-, печатных и иных рекламных материалов, спонсоров (партнеров, рекламодателей, лицензиатов) Клуба и (или) рекламных материалов третьих лиц, имеющих пересечения по зарезервированным за КХЛ товарным категориям, в том числе размещения третьими лицами:

1) внутри Спортсооружения, в том числе на льду, в точках питания, и снаружи на фасаде Спортсооружения, а также на территории, примыкающей к Спортсооружению, включая территории парковки и территорию перед входными группами Спортсооружения;
2) во время интернет-трансляций Матчей.

ж) обеспечивать надлежащее состояние и поддержание внешнего вида рекламных материалов, размещенных внутри Спортсооружения, а также чистку бортов и ограждений и защиты рекламы. При повреждении каких-либо рекламных материалов своевременно извещать об этом КХЛ. В случае повреждения или износа рекламных материалов Клуб обязан изготовить и монтировать их за свой счет;

з) обеспечивать на договорной основе продажу для Зрителей хоккейной атрибутики, сувениров, полиграфической и иной продукции, включая продукцию КХЛ, предоставленную КХЛ и (или) производителями такой продукции (официальными лицензиатами КХЛ), в количестве, согласованном с Клубом-«хозяином»;

и) обеспечивать доступ аккредитованного Коммерческого инспектора матчей к местам размещения всех рекламных материалов внутри Спортсооружения с целью контроля и осуществления фото- и видеосъемки.

к) обеспечивать музыкальное заполнение перерывов и пауз, возникающих при остановке основного времени Матча, организацию развлекательных программ для Зрителей;

л) по запросу КХЛ направлять в течение 24 часов по окончании каждого «домашнего» Матча в Лигу по электронной почте фотоотчет всех рекламных носителей, выполненный в соответствии с техническими требованиями, предъявленными КХЛ;

м) не допускать случаев неиспользования бортового рекламного пространства, принадлежащего Клубу в соответствии с Соглашением о распределении рекламного пространства, и принимать за свой счет соответствующие меры по оформлению бортового рекламного пространства путем размещения символики Чемпионата, имиджевой рекламы Клуба или социальной рекламы.

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

6. Клуб обязан не заключать без согласования с КХЛ договоры, предусматривающие размещение рекламных материалов и иной информации при проведении «домашних» Матчей на объектах размещения, указанных в подпунктах 4.б) и 5.е) настоящей статьи, а также не допускать случаев такого размещения третьими лицами.

7. Клуб обязан размещать рекламные материалы спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата на полиграфической продукции, выпускаемой Клубом или иными организациями в интересах Клуба в связи с проведением «домашних» Матчей Клуба, на Билетах, программках, брошюрах, афишах, пресс-релизах и пр.;

7.1. Обеспечивать наличие на Матче в бумажном или электронном виде цветных программок для Зрителей к каждому Матчу и (или) серии Матчей, содержащих следующую информацию:

- история встреч участников Матча;
- составы играющих команд;
- новости Клуба;
- материалы (в том числе интервью и фото) о Хоккеистах и Тренерах Клубов;
- реклама спонсоров и партнеров Чемпионата в объеме и на условиях, изложенных в Соглашении о распределении рекламного пространства.

В случае изготовления программок в электронном виде они должны быть размещены на официальном сайте Клуба и доступны для скачивания в течение сезона.
(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

8. Клуб обязан обеспечивать предоставление спонсорам и рекламодателям КХЛ, а также иным лицам, указанным КХЛ, Билетов на Матч в количестве, предварительно согласованном с КХЛ. Предварительная заявка КХЛ должна быть направлена посредством электронной почты в Клуб не позднее чем за 2 дня до проведения мероприятия.
(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

9. Клуб обязан анонсировать каждый предстоящий Матч молодежной команды на главной странице официального сайта Клуба и на официальных страницах Клуба в социальных сетях.

10. Клуб обязан направлять в Клуб КХЛ, в системе которого состоит Клуб МХЛ, информацию о предстоящих Матчах молодежного Клуба для ее анонсирования во время «домашних»

Матчей Клуба системы КХЛ.

11. Клуб обязан размещать информацию о предстоящих Матчах молодежной команды, а также информационные и статистические материалы во всех официальных изданиях Клуба, включая программы к Матчам команды КХЛ.

12. Клуб обязан размещать полный календарь «домашних» Матчей в кассах Спортсооружения, на официальном сайте Клуба, а также направлять для публикации в региональных СМИ за 10 дней до начала Чемпионата.

13. Клуб обязан объявлять результаты Матчей молодежной команды во время «домашних» Матчей аффилированных Клубов КХЛ и ВХЛ в перерывах между периодами.

14. Клуб обязан объявлять результаты игрового дня других молодежных команд во время «домашних» Матчей Клуба в перерывах между периодами.

15. Клуб обязан предоставлять Билеты детским учреждениям в рамках социальных программ.

16. Клуб обязан не позднее чем за 30 (тридцать) дней до начала Чемпионата представить в КХЛ на согласование перечень спонсоров и рекламодателей Клуба, а также макеты всех рекламных материалов, планируемых к размещению в Спортсооружении во время проведения «домашних» Матчей, в том числе на позициях, не предусмотренных Соглашением о распределении рекламного пространства.

17. Клуб обязан обеспечивать участие Хоккеистов, Тренеров, должностных лиц, Руководителей клуба в мероприятиях, проводимых для спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата.

18. Клуб обязан обеспечивать участие Хоккеистов и Тренеров команд Клуба в фото- и видеосъемках и иных мероприятиях, организуемых Лигой.

19. Клуб обязан использовать во всех видах печатной продукции Клуба, на официальном интернет-сайте Клуба и любых иных видах медиа-активности написание имен и фамилий Хоккеистов и Тренеров в соответствии с заявочными листами, подаваемыми в Лигу в соответствии с Регламентом МХЛ.

20. Клуб обязан не позднее 3 рабочих дней со дня каждого размещения предоставленной КХЛ рекламы и информации спонсоров, партнеров и рекламодателей МХЛ, предоставлять КХЛ подробный фотоотчет о размещении, составленный в полном соответствии с полученными от КХЛ дополнительными требованиями и инструкциями. Фотографии предоставляются в разрешении не менее 2000 px по длинной стороне и размером не более 5 Мб.

21. Клуб обязан не позднее 10 дней после окончания каждого месяца направлять в КХЛ оригиналы программок к Матчам (в случае выпуска программок в бумажном виде), по 2 экземпляра на каждый прошедший «домашний» Матч), использованные Билеты либо надлежащим образом заверенные копии (по 1 экземпляру за каждый прошедший «домашний» Матч).
(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

22. Клуб обязан при размещении на льду Спортсооружения рекламных материалов обеспечивать полную видимость официальной разметки в соответствии с Правилами игры в хоккей, а также принять все возможные меры к обеспечению надлежащей белизны, прозрачности, отсутствию мутности заливаемого льда.

23. Клуб обязан:

а) не позднее чем за 35 (тридцать пять) календарных дней до начала Чемпионата направить в Лигу на согласование эскизы игровой формы команды Клуба (игровой свитер, игровые шорты, шлемы, гамаши и хоккейные перчатки) в электронном виде в векторном формате

путем оформления Шаблона согласования хоккейной формы Клуба (Приложение 3 к настоящему Регламенту). При этом Лига вправе отказать Клубу в согласовании эскиза формы команды Клуба в случае, если дизайн формы будет тождественным или сходным до степени смешения с дизайном формы другой команды-участницы Чемпионата МХЛ, которая начала использовать такой дизайн раньше;
(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

б) не позднее чем за 15 (пятнадцать) календарных дней до начала Чемпионата направить в Лигу фотографии отшитых образцов игровых свитеров (один «домашний» и один «гостевой») и игровых шорт с нанесенными логотипами рекламодателей для подтверждения их соответствия Регламенту МХЛ, а также Соглашению о распределении рекламного пространства. КХЛ обязана в 3-дневный срок дать официальный ответ по соответствию предоставленных макетов и (или) образцов Регламенту МХЛ.
(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

24. В случае изменения макета игровой формы по инициативе Клуба после начала сезона макет формы в электронном виде в векторном формате путем оформления Шаблона согласования хоккейной формы Клуба (Приложение 3 к настоящему Регламенту) должен быть направлен на согласование в КХЛ не позднее чем за 30 дней до предполагаемой даты использования данной формы. Фотография отшитого образца игровой формы с нанесенными логотипами рекламодателей должна быть предоставлена не позднее чем за 15 дней до предполагаемой даты использования формы.

25. Клуб обязан не использовать в рамках Чемпионата и иных официальных мероприятий Лиги форму и шлемы, изготовленные по несогласованным с КХЛ эскизам. В случае отсутствия подтвержденных рекламодателей, как со стороны Клуба, так и со стороны КХЛ, макеты и (или) образцы утверждаются с нанесением условных логотипов, при этом расположение логотипов рекламодателей / спонсоров должно точно соответствовать расположению условных логотипов и подлежит дополнительному согласованию с КХЛ. В случае заключения Клубом спонсорских соглашений в период проведения Чемпионата Клуб при согласовании рекламодателя и расположения его рекламных модулей руководствуется положениями данного пункта, в том числе в части предоставления эскизов и образцов игровой формы.

26. Клуб обязан направлять в КХЛ по форме, предоставляемой КХЛ Клубу до начала соответствующего сезона, список музыкальных произведений, используемых в качестве заполнения перерывов и пауз, а также при проведении развлекательных программ не позднее 5 (пяти) дней со дня проведения каждого «домашнего» Матча.
(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

27. В случае ребрендинга либо иного изменения основного логотипа Клуба Клуб обязан уведомить Лигу об изменениях не позднее 15 мая, а в срок до 1 июля прислать в Лигу новый логотип (в электронном виде в векторном формате) и бренд-бук (при наличии). При этом в течение сезона Клуб обязуется не использовать логотипы, измененные после 1 июля.
(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

Статья 5
Требования к изготовлению и размещению рекламных материалов

1. Размещение рекламного материала на льду хоккейной площадки:

а) размеры и количество рекламных мест на льду хоккейной площадки регламентируются Соглашением о распределении рекламного пространства, а также нормативными актами КХЛ;
б) рекламные материалы, если иное не предусмотрено письменным уведомлением КХЛ, размещаются на белом фоне (без использования цветных подложек);
в) на одном рекламном месте на льду может размещаться реклама только одного спонсора (партнера, рекламодателя);
г) цветной фон рекламного материала на льду может быть использован только в случае, если логотип спонсора / (партнера, рекламодателя) на цветной подложке является основной (единственной) вариацией согласно бренд-буку. Цветной фон в этом случае должен составлять не более 60% от размеров рекламного места. КХЛ оставляет за собой право отказать в размещении рекламного материала на льду с использованием цветной подложки, в случае если таковая будет мешать зрительному восприятию шайбы на льду.

2. Размещение рекламного материала на бортовых ограждающих щитовых конструкциях:
   а) размер одного рекламного места на бортовом ограждении (рекламный борт) составляет 4000 мм × 1000 мм (рекламные борта № 3–18, 23–38, предусмотренные Соглашением о распределении рекламного пространства) и 3200 мм × 1000 мм (рекламные борта № 1, 2, 19–22, 39, 40, предусмотренные Соглашением о распределении рекламного пространства). В случае если фактическая высота и/или ширина одного рекламного места отличается от указанных выше параметров, Лига осуществляет перерасчет размеров рекламного места исходя из технических параметров конкретной хоккейной площадки;
   (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
   б) графический макет рекламного материала должен быть изготовлен с учетом отступов по всему периметру рекламного борта, равному 100 мм;
   в) логотип спонсора (партнера) должен размещаться на белом фоне (без цветных подложек);
   г) количество рекламных бортов по периметру ледовой площадки — 40 шт.;
   д) рекламные борта должны быть равномерно размещены по всему периметру ледовой площадки согласно утвержденной схеме размещения; расстояние между рекламными бортами должно быть равным;
   е) на одном рекламном борту может размещаться реклама только одного спонсора (партнера).
   ж) цветной фон рекламного материала на бортовой конструкции может быть использован только в случае, если логотип спонсора (партнера, рекламодателя) на цветной подложке является основной (единственной) вариацией согласно бренд-буку. При этом цветной фон не должен занимать более 40% от размера рекламного борта (от всей поверхности рекламного борта, включая охранные поля 10 см).
   з) фон рекламных бортов, закрепленных Соглашением о распределении рекламного пространства за Клубом, не должен отличаться по оттенку от фона рекламных бортов, закрепленных указанным Соглашением за КХЛ.
3. Размещение рекламного материала на линиях разметки, размещенных на бортовых ограждениях:
   а) размер одного рекламного места на линиях разметки составляет 300 × 1000 мм;
   б) графический макет рекламного материала должен быть изготовлен с учетом отступов по всему периметру рекламного борта, равному 50 мм;
   в) количество рекламных мест на линиях разметки — 6 шт.;
   г) рекламные материалы размещаются на синих и красной линиях без использования цветных подложек;

д) на одном рекламном месте на линии разметки может размещаться реклама только одного спонсора (партнера, рекламодателя).

4. Размещение рекламного материала на защитных стеклах:
   а) размер одного рекламного места на защитных стеклах (рекламных стикеров) вдоль ледовой площадки составляет 700 × 200 мм;
   (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
   б) количество рекламных стикеров вдоль ледовой площадки — 72 шт.;
   в) рекламные стикеры вдоль ледовой площадки должны быть размещены согласно утвержденной схеме размещения непосредственно от края скамеек запасных Хоккеистов на промежуточном расстоянии друг от друга, равном 200 мм; максимально допустимая высота наклейки рекламных стикеров от нижней границы защитных стекол — до 200 мм;
   г) на одном рекламном месте на наклейке вдоль защитных стекол может размещаться реклама только одного спонсора (партнера, рекламодателя);
   д) расстояние между рекламными стикерами в зоне установки видеокамер, по необходимости, может быть увеличено. В этом случае схема размещения рекламных стикеров и видеокамер вдоль ледовой площадки должна быть согласована с КХЛ.
5. Размещение рекламного материала на стеклах кабинок запасных и оштрафованных Хоккеистов:
   а) размер одного рекламного места на стеклах кабинок запасных и оштрафованных Хоккеистов (рекламных стикеров) составляет 600 × 200 мм;
   б) количество рекламных стикеров на стеклах кабинок запасных Хоккеистов — 14 шт.;
   в) количество рекламных стикеров на стеклах кабинок оштрафованных Хоккеистов — 12 шт.;
   г) рекламные стикеры на стеклах кабинок запасных и оштрафованных Хоккеистов должны быть размещены согласно утвержденной схеме размещения (со стороны центра ледовой площадки) на промежуточном расстоянии друг от друга, равном 200 мм; высота наклейки рекламных стикеров от головы сидящего Игрока — не менее 200 мм, но не более 300 мм; расстояние между рядами стикеров на стеклах кабинок оштрафованных Хоккеистов — 300 мм;
   д) на одном рекламном месте на наклейке скамеек запасных и оштрафованных Хоккеистов может размещаться реклама только одного спонсора (партнера, рекламодателя).
6. Размещение рекламных материалов на шайбе:
   6.1. На лицевой и оборотной сторонах шайбы допускается размещение:
   а) логотипов, товарных знаков, рекламы;
   б) надписей;
   в) графических элементов дизайна.
   6.2. Площадь логотипов, товарных знаков, рекламы не должна превышать 50% площади каждой стороны шайбы.
7. В течение сезона отдельные требования к изготовлению и размещению рекламных материалов, указанные в настоящей статье, могут быть временно изменены КХЛ, о чем КХЛ письменно уведомляет Клубы не позднее чем за 2 (два) месяца до начала Матча.

Статья 6
Требования к фотоматериалам комплекта документов Клубов

Перечисленные ниже материалы предоставляются Клубами для использования в маркетинговых целях.

Для участия в Чемпионате Российские и Иностранные клубы вместе с комплектом документов прикладывают к заявочным листам цветные фотографии, которые необходимо

направлять на специализированный сервер МХЛ в папку команды не позднее чем за 3 (три) дня до старта Чемпионата:

(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

1. Руководителей клуба, Тренеров и обслуживающего персонала команды (по одной фотографии, с указанием фамилии, инициалов и должности).
2. Всех Хоккеистов команды, индивидуально в «домашней» хоккейной форме Клуба предстоящего сезона, утвержденной Лигой (с логотипом МХЛ и нанесенными логотипами спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и Клуба), по две фотографии для каждого Хоккеиста:
   - статичное фото анфас — без шлема, минимум до пояса, положение тела прямое (не вполоборота), на однородном и одинаковом для всех Хоккеистов фоне (контрастном относительно цвета свитера), без резких теней;
   - фото в динамике — игровой момент на льду (с различимым лицом).
3. Групповую фотографию команды в «домашней» хоккейной форме Клуба предстоящего сезона — не более чем по 10 человек в одном ряду, с перечислением всех присутствующих на фотографии с подписями.
4. Фотографии всех Спортсооружений, в которых запланировано проведение «домашних» Матчей (не менее шести разных фотографий каждого из них), включая фотографии:
   - внешнего вида Спортсооружения — в светлое и темное время суток;
   - вида Спортсооружения изнутри — два общих плана ледовой арены (из-за ворот и с любой другой точки), зрительный зал со Зрителями, фойе.
5. Фотографии должны предоставляться не обрезанными по краям с полной шириной плеч согласно Приложению № 4 к настоящему Регламенту. Соотношение сторон каждой персональной фотографии — 3 × 4, каждой общей фотографии — 4 × 3. Фотографии предоставляются в формате jpg, с разрешением не менее 3000 px по длинной стороне.

   При дозаявках Хоккеистов в течение сезона, а также в случае кадровых изменений в руководстве и тренерском штабе в течение сезона Клуб предоставляет фотографии в соответствии с требованиями настоящей статьи в течение 3 (трех) дней после дозаявки (при дозаявке Хоккеистов непосредственно перед выездной серией Матчей — в течение 3 (трех) дней после окончания выездной серии Матчей).

   В случае если после заявки Хоккеиста за Молодёжную команду он командируется в другую команду Клуба, Клуб обязан прислать его портретную заявочную фотографию в форме Молодежной команды в течение 7 (семи) дней с даты командирования.

ГЛАВА 2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КЛУБОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ВЕЩАТЕЛЬНЫХ ПРАВ

Статья 7
Обязанности Клуба

При проведении любого «домашнего» Матча Клуб обязан:

1. Обеспечивать эксклюзивные права КХЛ на организацию любого рода видеосъемок и звукозаписи, включая проведение телевизионных и радиотрансляций Матча. Не допускать случаев несанкционированной КХЛ видеосъемки и звукозаписи в Спортсооружении в день проведения Матча или иные случаи нарушения эксклюзивности прав КХЛ.
2. Не предоставлять производителям теле- или радиосигнала, не являющимся официальными Телевещателями Чемпионата, фактический допуск в Спортсооружение для осуществления их профессиональной деятельности при проведении «домашних» Матчей без письменного согласия КХЛ.
3. Обеспечивать бесплатное для телевизионного партнера КХЛ размещение и необходимые подключения (электропитание, звуковые и телевизионные коммуникации) телевизионной техники, обеспечивающей телевизионную съемку «домашних» Матчей Клуба, а также

благоприятные условия для работы персонала телевизионного партнера КХЛ или уполномоченных им лиц, обеспечивающих телевизионную съемку Матчей. Обеспечивать свободный доступ сотрудников телевизионного партнера Лиги к их рабочим местам, комментаторским позициям (кабинам), техническим помещениям, необходимым для производства прямого качественного телевизионного сигнала, а также доступ к другим помещениям Спортсооружения, необходимым для их работы.

4. Не допускать срывов и задержек трансляции Матча.
5. Обеспечивать общение одного Хоккеиста или Тренера Клуба с официальным Телевещателем КХЛ в зоне для флеш-интервью в перерывах Матча, трансляция которого осуществляется в прямом эфире или в записи.
6. В случае если телевизионная трансляция «домашнего» Матча Клуба не производится Телевещателем, телевизионным или иным партнером КХЛ, Клуб обязан осуществить производство прямой интернет-видеотрансляции этого Матча собственными силами и доставку в КХЛ интернет-сигнала с графикой, предоставленной КХЛ, и без рекламы в соответствии с Положением о прямых интернет-видеотрансляциях Матчей МХЛ, приведенным в Приложении 1 к Регламенту по маркетингу и коммуникациям МХЛ.
7. В случае размещения Клубом рекламы в интернет-видеотрансляции, Клуб обязан обеспечить техническую возможность размещения рекламы КХЛ, включая рекламу спонсоров (партнеров, рекламодателей, лицензиатов) КХЛ и рекламы Клуба в соотношении 50/50 от рекламного времени перед интернет-видеотрансляцией, в перерывах между периодами и после завершения Матча, в виде размещения видеороликов, динамических или статических заставок. При этом Клуб обязан формировать отдельный от указанного в п. 5 настоящей статьи сигнал такой интернет-видеотрансляции с рекламой КХЛ, Клуба и графикой, предоставленной КХЛ, для самостоятельного вещания такого сигнала на интернет-ресурсах Клуба.
8. Обеспечивать бесплатные трансляции «домашних» предсезонных матчей Клуба и всех матчей в рамках предсезонных турниров, организуемых Клубом с использованием любых технических способов в целях показа таких матчей на официальных телеканалах КХЛ и/или в аккаунтах МХЛ в интернет-сервисах. Клуб обязан информировать КХЛ обо всех известных ему планах организаторов предсезонных матчей с участием Клуба не позднее чем за 7 (семь) дней до даты их проведения.
   (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
9. Клуб-«хозяин» обязан содействовать Телевещателю в организации съемки в раздевалке победившей команды по окончании решающего Матча финальной серии плей-офф Чемпионата, а именно:
   а) обеспечить возможность расстановки камер в раздевалке (до и после Матча);
   б) обеспечить беспрепятственный доступ съемочной группы сразу после окончания Матча для съемки победившей команды и интервью с Хоккеистами и тренерами победившей команды.
10. При производстве трансляции не допускать использование в эфире ненормативной лексики Хоккеистами, Тренерами или иными сотрудниками Клуба.

Статья 8
Обеспечение условий размещения оборудования в Спортсооружении

Клуб обязан совместно с КХЛ и Телевещателем разработать и согласовать план расстановки оборудования, расположение всех камер, комментаторских позиций, телевизионных студий, зала для пресс-конференций, Смешанной зоны и зоны для флеш-интервью (далее — план) для каждого конкретного Спортсооружения. Все планы, включая размещение камер и ПТС, должны быть подготовлены Клубом и Телевещателем и представлены за 60 дней до первого Матча. При возникновении необходимости в

размещении дополнительного оборудования возможно внесение изменений и доработок в план в течение сезона.

В соответствии с планом, утвержденным для каждого Спортсооружения, Клуб обеспечивает:

а) парковку автотранспорта Телевещателя, ПТС, резервных дизель-генераторов, станций спутниковой связи и т. п.;
б) размещение телевизионной техники вне арены Спортсооружения и непосредственно на арене, сооружение мест для установки камер (стационарные станки и платформы);
в) расположение телестудий, комментаторских позиций, зала для пресс-конференций, Смешанной зоны и зоны для флеш-интервью;
г) возможность беспрепятственной прокладки слаботочных и силовых кабелей;
д) строгое соблюдение того, чтобы посторонние движущиеся предметы (аэростаты, воздушные шары и т. д.) не пересекали оптические оси телевизионных камер.

Клуб, имеющий со Спортсооружениями договоры аренды на проведение «домашних» Матчей, обязан предусмотреть соответствующие условия для проведения телетрансляций в договорах аренды на каждый последующий сезон, приведя их в соответствие с планом.

Статья 9
Парковка ПТС и телевизионной техники

Для проведения телетрансляций Клуб должен предоставлять в исключительное пользование Телевещателю необходимое парковочное пространство на одном участке, позволяющее обеспечивать нормальную работу ПТС и передающего радиорелейного или спутникового оборудования. Место парковки ПТС должно располагаться максимально близко к ПСТТП Спортсооружения, на той же его стороне, где и основная камера, и должно быть открыто для использования не менее чем за 24 часа до начала каждого Матча.

С момента прибытия на парковку первой машины и до момента отъезда последней на парковке должна круглосуточно обеспечиваться безопасность. Территория парковки должна быть полностью обнесена ограждениями. Клуб несет ответственность за надлежащее обеспечение безопасности парковки.

Статья 10
Приезд команд

Клуб обязан обеспечивать Телевещателю исключительную возможность проведения телесъемки приезда команд в Спортсооружение, в зоне раздевалок и в момент выхода команд из раздевалок на лед.

Статья 11
Организация рекламных пауз во время Матча

Во время каждого Матча, транслируемого или записываемого любым телевизионным каналом, могут объявляться 6 (шесть) рекламных пауз, каждая продолжительностью в 70 секунд.

Процедура объявления рекламных пауз:

1) рекламный координатор входит в состав судейской бригады и назначается в соответствии с пунктом 2 статьи 81 Спортивного регламента МХЛ;
2) Телевещатель Матча обеспечивает двустороннюю связь рекламного координатора и режиссера трансляции посредством операторской телефонной гарнитуры;
3) после сигнала остановки игры, поданного Главным судьей Матча, рекламный координатор, находящийся на скамейке секретаря Матча, включает красный фонарь рекламной паузы;

4) рекламный координатор сообщает телевизионной станции, что начинается реклама и одновременно засекает время;
5) один из Линейных судей помещает шайбу на лед в том месте, где произойдет следующее вбрасывание, в то время как Главный судья направляется к скамейке секретаря Матча. Хоккеисты направляются к своим скамейкам, другой Линейный судья располагается между скамейками Хоккеистов;
6) на отметке «50 секунд» рекламный координатор сообщает Главному судье о подаче свистка Хоккеистам следовать к месту вбрасывания шайбы;
7) на отметке «65 секунд» Линейный судья на вбрасывании получает сигнал от рекламного координатора о продолжении Матча;
8) на отметке «70 секунд» рекламный координатор выключает красный фонарь рекламной паузы, и Матч должен быть возобновлен.

К исключениям относятся рекламные паузы, объявляемые в случаях:

а) травмы Хоккеиста;
б) повреждения и (или) восстановления игровой зоны (стекол, бортов, защитной сетки);
в) любой нештатной задержки, которая требует дополнительного времени для разрешения ситуации.

Рекламные паузы возможны только при остановке игры в равных составах команд (4 Хоккеиста на 4 Хоккеиста, 5 на 5 или 6 на 6). Если в одной команде на одного Хоккеиста меньше и объявляется штраф для другой команды, рекламная пауза не разрешается.

Показы рекламных пауз производятся после первой остановки игры и следующего времени на часах игры:

1. Первый период:
   - пауза № 1 — 15.00 минут;
   - пауза № 2 — 9.00 минут;

Рекламная пауза за 30 секунд до окончания 1-го периода не производится.

2. Второй период:
   - пауза № 3 — 15.00 минут;
   - пауза № 4 — 9.00 минут;

Рекламная пауза за 30 секунд до окончания 2-го периода не производится.

3. Третий период:
   - пауза № 5 — 15.00 минут;
   - пауза № 6 — 9.00 минут.

Рекламная пауза за 3 (три) минуты до окончания третьего периода и в дополнительное время не производится.

Рекламная пауза невозможна, когда первая остановка производится по причине заброшенной шайбы, после проброса или в случае действия вратаря, приведшего к остановке Матча после броска шайбы, совершенного с половины ледовой площадки соперника, а также при случайном сдвиге ворот Хоккеистом защищающейся команды, что привело к остановке Матча. В этих случаях рекламная пауза будет объявлена после следующей остановки игры. Если проброс шайбы совпадает с наложением штрафа (штрафов), которые влияют на численный состав команд на льду, рекламная пауза будет объявлена в обычном порядке.

(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

В случае если в указанный временной промежуток рекламная пауза не объявляется из-за штрафов или продолжения игры, пропущенная рекламная пауза будет производиться после первой остановки игры в следующий обозначенный временной промежуток. Вторая рекламная пауза будет объявлена после двух остановок игры после первой рекламной паузы в данном временном промежутке. В случае инцидента, при котором пропускается вторая рекламная пауза, процедура повторяется до тех пор, пока не будут использованы все

рекламные паузы. Исключение — когда на Хоккеиста накладывается большой пятиминутный (не совпадающий) штраф. В этом случае рекламная пауза должна быть объявлена после прозвучавшего свистка и будет контролироваться рекламным координатором обычным путем.

Во время рекламных остановок:

1) вратарям разрешено проследовать к соответствующим скамейкам Хоккеистов;
2) командам разрешено менять звенья после того, как Главный судья дает свисток, сигнализирующий командам возвращаться в зону вбрасывания (за 20 секунд до окончания рекламной паузы). Данные смены звеньев проводятся по тем же правилам, что и обычная смена звеньев во время остановки игры;
3) за 20 секунд до окончания рекламной паузы командам разрешено запрашивать официальный тайм-аут у Главного судьи, после того как он даст сигнал о возвращении в зону вбрасывания;
4) Главный судья немедленно информирует секретаря Матча о запросе тайм-аута, который будет взят после окончания рекламной паузы.

Не позднее 10 дней после окончания каждого месяца Клуб обязан направить в КХЛ подробный фотоотчет (составленный в полном соответствии с полученными от КХЛ дополнительными требованиями и инструкциями) обо всех рекламных роликах, демонстрировавшихся на медиакубе. Фотографии предоставляются в разрешении не менее 2000 px по длинной стороне и размером не более 5 Мб.

Статья 12
Телесъемка со льда

Для телетрансляции выхода команд перед началом Матча и во время исполнения гимнов либо в специальных случаях по письменному запросу КХЛ на льду может быть использована телевизионная камера.

Телесъемка на поле может вестись двумя группами в составе по 2 человека каждая: оператор с камерой и технический помощник. Во время нахождения камеры на поле перед началом Матча:

1) только две камеры могут находиться на льду;
2) камера должна быть радиочастотной (беспроводной);
3) проводная камера может быть использована только при условии, что технический помощник оператора следит за проводом, не создавая помех выходу Хоккеистов на ледовую площадку;
4) камера может быть снабжена микрофоном.

Статья 13
Комментаторские позиции

Вход к комментаторским позициям должен быть безопасным и отдельным от входа для Зрителей. Клуб обязан обеспечить отсутствие посторонних лиц на территории расположения комментаторских кабин.

В каждой комментаторской позиции должно быть место для 2 человек, оборудованное электрическими розетками, освещением, телефоном с междугородней связью, доступом в Интернет, ISDN-линиями для организации комментаторского канала. Каждое из двух мест и все находящееся там оборудование должно располагаться таким образом, чтобы во время Матча технический персонал имел к нему доступ, не доставляя при этом неудобств комментаторам.

Установку и предоставление услуг связи обеспечивает Клуб. Стоимость переговоров и трафика взимается с пользователей.

Клуб и (или) руководство Спортсооружения не могут взимать какую-либо плату за пользование комментаторскими позициями и их оборудованием.

Статья 14
Телевизионные студии

Клуб должен обеспечивать место для сооружения одной телевизионной студии непосредственно на арене Спортсооружения с видом на площадку и трибуны, при условии, что ее сооружение не вступает в противоречие с интересами безопасности. Возможное место расположения такой студии в каждом Спортсооружении утверждается перед началом сезона.

Электропитание и мебель (столы, стулья) бесплатно предоставляются Клубом, при этом техническое оборудование и студийное освещение обеспечивает Телевещатель.

При сооружении студии Клуб по необходимости обеспечивает сокращение зрительских мест.

Статья 15
Новые технологии

В результате технологического прогресса в течение сезона могут появиться новые камеры, радиоуправляемое телевизионное оборудование, статистические системы, оборудование слежения и др. Такое оборудование и камеры могут быть разрешены к применению после их согласования Телевещателем с Лигой и Клубом.

Статья 16
Прокладка кабелей

Клуб бесплатно предоставляет кабельную инфраструктуру в соответствии со спецификацией и техническим заданием Телевещателя, доступ к кабельным системам Спортсооружения, ПСТТП, аппаратным и другому стационарному кабельному оборудованию.

При прокладке дополнительных кабелей должны соблюдаться все необходимые требования техники безопасности.

Статья 17
Организация и осуществление интернет-трансляций

1. В соответствии с пунктом 19 статьи 59 Спортивного регламента МХЛ, Клуб обязан обеспечить при проведении всех «домашних» Матчей текстовую онлайн-трансляцию Матча в режиме реального времени на официальном сайте Клуба, с предоставлением КХЛ технической возможности использовать данные трансляции для передачи третьим лицам и на собственных ресурсах.
2. Обеспечивать эксклюзивные права Лиги на организацию любого рода трансляций Матча в Интернете. Не допускать случаев несанкционированных трансляций в Интернете, передачи сигнала трансляции Матча третьим лицам без согласования с КХЛ или иных случаев нарушения эксклюзивности прав Лиги.

ГЛАВА 3. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МХЛ И КЛУБОВ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Статья 18
Направления и порядок сотрудничества КХЛ и Клубов со СМИ

Взаимодействие МХЛ и Клубов со СМИ осуществляется пресс-службами Лиги и Клубов по следующим направлениям:

а) предоставление информации в СМИ через официальные интернет-ресурсы МХЛ и Клубов, путем рассылки официальных пресс-релизов и других информационных материалов, ответов на запросы СМИ в адрес Лиги и Клубов;

б) создание условий для работы аккредитованных СМИ и их общения с представителями Клубов во время проведения Матчей, послематчевых пресс-конференций и за пределами Спортсооружений на специальных мероприятиях с участием СМИ;

в) индивидуальные встречи представителей Лиги и Клубов с представителями СМИ.

Порядок организации взаимодействия МХЛ и Клубов способами, указанными в Регламенте, регулируется соответствующими договоренностями МХЛ и Клубов.

Статья 19
Обязанности Клуба

Клуб обязан:

1. Иметь в штатной структуре подразделение либо сотрудника, ответственного за работу со СМИ, ведение страниц Клуба в социальных сетях, проведение пресс-конференций, подготовку новостей и интервью, мониторинг СМИ, выполнение предусмотренных Регламентом МХЛ обязанностей в части работы со СМИ. В случае если пресс-служба команды МХЛ совмещена с пресс-службой команды КХЛ/ВХЛ, Клуб обязан нанять сотрудника, ответственного за осуществление коммуникации команды МХЛ. Адрес электронной почты данного сотрудника должен содержать доменное имя сайта Клуба. Сотрудник пресс-службы обязан присутствовать на всех «домашних» Матчах Клуба для обеспечения соблюдения Клубом требований настоящего Регламента.
   (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)
2. Обеспечить участие главного Тренера команды Клуба в послематчевой пресс-конференции, либо общение в Смешанной зоне в соответствии с требованиями статьи 22 настоящего Регламента.
3. Обеспечивать официальные встречи со СМИ руководства Клуба и команды в количестве не менее 2 (двух) человек (генерального менеджера или генерального (исполнительного) директора и главного Тренера) 2 (два) раза в течение сезона: не позднее 7 (семи) дней перед началом Регулярного Чемпионата и не позднее 7 (семи) дней после окончания участия Клуба в Чемпионате. Пресс-служба Клуба обязана опубликовать на сайте Клуба информацию о месте и времени данной встречи не позднее чем за 3 (три) дня до проведения мероприятия, а также отправить в адрес МХЛ (по электронной почте) ссылку на материал на официальном сайте Клуба и ссылку (в отдельном документе) на пресс-клиппинг публикаций в СМИ не позднее 7 (семи) дней с момента проведения встречи.
4. Обеспечивать организованный доступ представителей СМИ в раздевалки команд через 7 (семь) минут после окончания каждого Матча регулярного Чемпионата и каждой серии плей-офф для интервью. Продолжительность работы СМИ в раздевалке — 10 минут. Максимальное количество представителей СМИ для работы в раздевалке команды (10 (десять) человек) может быть увеличено по решению руководителя пресс-службы Клуба-«хозяина» и лица, ответственного за работу с прессой Клуба-«гостя». В период работы представителей СМИ в раздевалке должны находиться не менее 10 (десяти) Хоккеистов, принимавших участие в Матче, в том числе основной вратарь и капитан команды.

5. Обеспечивать во время плей-офф по окончании каждого домашнего Матча (за исключением заключительных Матчей серий, после которых предусмотрено посещение раздевалки) общение минимум трех Хоккеистов Клуба, выбранных представителями СМИ, в Смешанной зоне, интервьюируемые Хоккеисты должны быть без шлемов.
6. Клуб обязан обеспечивать официальному фотографу Клуба и (или) фотографу КХЛ исключительную возможность проведения фотосъемки приезда команд в Спортсооружение, в зоне раздевалок и в момент выхода команд из раздевалок на лед.
7. Исключен.
   (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)
8. Исключен.
   (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)
9. Обеспечивать при проведении любого «домашнего» Матча соблюдение представителями СМИ условий их индивидуальных Аккредитаций. Не допускать в зоны, предназначенные для работы СМИ (ложа прессы, пресс-центр, зал для пресс-конференций, зона для флеш-интервью и Смешанная зона), лиц, не имеющих Аккредитаций КХЛ либо Аккредитаций МХЛ.
10. Обеспечить фотосъемку приезда команд, игровых моментов и атмосферы на трибунах каждого «домашнего» Матча с привлечением (в штате или по договору) квалифицированного фотографа с использованием профессионального фотооборудования. Для проведения фотосъемки рекомендуется использовать объектив с фокусным расстоянием не менее 200 мм. Фотоотчет должен содержать:
    - фотографии крупным планом приезда Хоккеистов обеих команд (в случае одновременного приезда – только команды «хозяев») на Матч;
    - фотографии Игроков и Тренеров обеих команд в минимальном соотношении фотографий 60%/40% (фото «хозяев»/ «гостей»), в том числе фотографии Игроков, набравших очки в Матче.
    - фотографии борьбы за шайбу, других игровых моментов крупным планом;
    - фотографии болельщиков до - 10 процентов от общего числа фотографий. При наличии на трибунах болельщиков команды-«гостя» фотоотчет должен содержать их фотографии крупным планом.

    (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

    Фотографии с Матча в электронном виде должны направляться в МХЛ не позднее 1 (одного) часа после завершения каждого «домашнего» Матча путем загрузки изображений на официальные интернет-ресурсы МХЛ (ftp-сервер Клубов МХЛ). Фотографии предоставляются в разрешении не менее 2000 px по длинной стороне и размером не менее 3 Мб, количество предоставленных фотографий должно быть не менее 30 (тридцати) и не более 50 (пятидесяти) за 1 Матч. После 2 (двух) периодов на официальном интернет-ресурсе МХЛ должно быть не менее 10 (десяти) фотографий с Матча. Предоставляемые фотографии должны быть в фокусе. Фотографии не должны быть чрезмерно кадрированы, пере- или недоэкспонированы, а также не должны содержать водяной знак (watermark) Клуба. При использовании фотографий ссылка на авторство Клуба, предоставившего фотографии, обязательна.
11. Обеспечить при проведении «домашнего» Матча открытие в Спортсооружении пресс-центра, соответствующего требованиям пп 1.22 пункта 1 статьи 3 Технического регламента МХЛ, и его надлежащую работу не позднее чем за полтора часа до начала Матча и в течение часа после окончания пресс-конференции, а в случае непроведения послематчевой пресс-конференции — в течение 1 (одного) часа после окончания общения представителей СМИ с тренерами и Игроками команд. При проведении Матчей финальной серии плей-офф,

пресс-центр должен работать в течение 2 (двух) часов после окончания послематчевой пресс-конференции.

12. Предоставлять возможность аккредитованному КХЛ фотографу, если он имеет специальный защитный короб для фотокамеры, закрепить короб с фотокамерой на центральном каркасе ворот (не более одной камеры), либо в межферменном пространстве (под потолком Спортсооружения). Для данного вида съемки фотограф должен сообщить о ней в пресс-службу Клуба не позднее чем за четыре часа до начала Матча и в сопровождении технического работника Клуба или Спортсооружения закрепить ее в условленном месте.
13. Во время выездных Матчей в составе персонала команды обязательно должен находиться сотрудник Клуба, ответственный за работу с прессой, выход Хоккеистов и главного Тренера команды в Смешанную зону и/или на пресс-конференцию, запись послематчевых интервью с Тренерами и Хоккеистами для новостного раздела Сайта команды, съемку фото и видео-контента о Матче для социальных сетей Клуба.

    Выполнение указанных в настоящем пункте функций рекомендуется возложить на сотрудника пресс-службы Клуба. Во время финальной серии плей-офф командирование сотрудника пресс-службы Клуба на «выездные» Матчи является обязательным. Контактные телефоны сотрудника Клуба, работающего на выездных Матчах и выполняющего вышеперечисленные функции, должны быть предоставлены пресс-службе Лиги не позднее чем за 10 (десять) дней до начала Чемпионата.
14. Не допускать отказа Хоккеистов Клуба без уважительных причин от интервью СМИ после окончания Матча.
15. Не допускать публичного распространения, в том числе в СМИ и в Интернете (включая официальные страницы Клубов в социальных сетях), информации (фильмов, изображений, обращений и пр.), носящей оскорбительный, провокационный характер в отношении Клуба-«противника», КХЛ, сотрудников и представителей Лиги, а также негативных оценок спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и (или) Клубов.
16. В целях своевременного информирования общественности о деятельности Клуба, результатах выступления Хоккеистов и популяризации молодежного хоккея, Клуб обязан изготовить:

    а) анонсы Матчей перед каждым Матчем или серией, включающие в себя:
    - статистику и факты противостояния команд;
    - краткую историю противостояний;
    - информацию о лидерах в составах команд;
      (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
    - информацию о ходе выступления в текущем Чемпионате.

    Анонс должен быть опубликован на сайте Клуба и на официальных страницах Клуба в социальных сетях не позднее 09:00 часов по местному времени места проведения дня Матча(серии). В социальных сетях анонсирование матчей осуществляется с использованием инфографики;

    б) новость о каждом Матче со статистическими данными (дата и место проведения, результат Матча, количество Зрителей, перечень Судей, составы команд, заброшенные шайбы, полученные штрафы (пофамильно). Материал должен быть опубликован на сайте Клуба не позднее 2 часов после завершения Матча;
    (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

    в) материалы не менее 2 000 (двух тысяч) знаков с развернутыми комментариями Тренера и Хоккеистов своей команды о ходе Матча и его итогах, действиях Хоккеистов, выполнении тренерских установок и т.д., а также ответами на вопросы СМИ и/или пресс-службы Клуба по Матчу, и опубликовать на официальном сайте Клуба не позднее 1

(одного) часа после окончания Матча. В случае проведения двух Матчей за два дня подряд после первого Матча публикуются комментарии либо Тренера, либо Хоккеиста по выбору пресс-службы Клуба;

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

г) не реже 1 раза в неделю публикации различных материалов об общественной жизни и деятельности Клуба, Хоккеистов, индивидуальных достижениях Игроков;

д) интервью (не менее пяти тысяч знаков) с Хоккеистами, Тренерами и другими представителями Клуба об интересных фактах из их жизни, истории о первых шагах в хоккее, семье, образовании, хобби, планах на карьеру и/или на другие темы по усмотрению пресс-службы Клуба не реже 1 (одного) раза в месяц по ходу сезона и в период межсезонья. Пресс-служба МХЛ, в том числе по запросу Клуба, может рекомендовать «героев» для таких интервью, а также приблизительный список тем и вопросов;

(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

е) материалы с комментарием Тренера или Хоккеиста перед каждым Матчем либо серией Матчей об ожиданиях от предстоящего Матча (серии Матчей). Материал должен быть опубликован на сайте Клуба и на официальных страницах Клуба в социальных сетях не позднее чем за 4 (четыре) часа до начала Матча или серии Матчей;

ж) новостную информацию о заключении Контрактов с Хоккеистами (обмене Хоккеистов или спортивных прав) в течение 24 часов после выполнения всех условий пункта 21 статьи 19 Правового регламента МХЛ;

з) материалы о подготовке к сезону (в период межсезонья), включая новости о планах молодежной команды на предсезонный сбор, материал о медосмотре Хоккеистов перед предсезонным сбором, освещение товарищеских Матчей (анонсы, результаты, комментарии) и предсезонных турниров, календарь команды на сезон (в течение 12 часов после публикации календаря Лигой).

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

17. В обязательном порядке направлять сотрудников молодежной команды, отвечающих за общение со СМИ и связи с общественностью, на семинары и образовательные программы по маркетингу и коммуникациям, организуемые КХЛ.
18. В случае если Хоккеист Клуба признан Лигой лучшим по итогам недели либо месяца, пресс-служба Клуба обязана записать комментарий Игрока и опубликовать его на сайте и в социальных сетях Клуба не позднее 12 часов 00 минут (время местное) следующего дня.

    (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)
19. Для популяризации команды, МХЛ и Хоккеистов Клуб обязан обеспечивать наличие страницы в социальных сетях с открытым профилем не менее чем у 30% Хоккеистов, находящихся в заявочном листе команды МХЛ, а также за 7 (семь) дней до начала Чемпионата направить на адрес пресс-службы МХЛ media@khl.ru таблицу со списком Хоккеистов и ссылками на их профили в социальных сетях.

    (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

    Клуб обязан оказывать консультационную и техническую помощь Хоккеистам Клуба при ведении ими страниц в социальных сетях и их регулярном обновлении не реже 1 (одного) раза в месяц, а также в случае изменений в течение сезона направлять на адрес пресс-службы МХЛ media@khl.ru таблицу с измененным списком Хоккеистов со ссылками на их профили в социальных сетях.

    (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

20. В случае проведения Лигой образовательных программ, в том числе по ведению личных страниц в социальных сетях и развитию личного бренда, обеспечивать участие в них Хоккеистов.
21. По запросу пресс-службы МХЛ, направленному в течение 10 (десяти) минут после окончания Матча лицам, указанным в пункте 1 или пункте 13 настоящей статьи, обеспечить телефонное общение с Тренером и/или Хоккеистами команды Клуба либо озвучить переданные пресс-службой МХЛ вопросы, а также направить в пресс-службу МХЛ аудиозапись такого общения.
    (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)
22. Клуб обязан соблюдать Положение о единой информационной политике и Положение о единой контентной политике, которые утверждаются Президентом КХЛ.
    (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)
23. Обеспечить проведение открытых для аккредитованных представителей СМИ тренировок молодежной команды Клуба. Открытые тренировки должны проводиться в дни проведения «домашних» и «гостевых» Матчей Клуба в Чемпионате.
    В дни, когда не проводятся Матчи, аккредитованные представители СМИ допускаются на тренировки команд по предварительной заявке, направляемой в адрес пресс-службы Клуба. Немотивированный отказ в посещении тренировки молодежной команды не допускается.
    В открытой тренировке должны участвовать не менее 5 (пяти) полевых игроков и не менее 1 (одного) вратаря из состава молодежной команды. Допуск представителей СМИ на открытую тренировку осуществляется перед ее началом, продолжительность работы представителей СМИ на открытой тренировке — не менее 30 минут. По окончании открытой тренировки Клуб обязан обеспечить общение Хоккеистов и Тренеров команды (включая Главного тренера) с аккредитованными представителями СМИ в течение не менее 30 минут.
    (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
24. Перед началом сезона для каждого Спортсооружения, где будут проходить «домашние» Матчи Клуба, предоставить в Лигу не позднее чем за 30 (тридцать) дней до начала Чемпионата схему расположения и номер входа для СМИ, План размещения зон СМИ. На указанном Плане должны быть отображены: вход для СМИ, расположение пресс-центра, пресс-трибуны, зала для пресс-конференций, смешанной зоны, позиций фото и ТВ, а также включено текстовое описание маршрута передвижения между указанными зонами.
    (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
25. По запросу пресс-службы Лиги предоставить фото и видео-материалы из рабочих зон СМИ:
    а) входа для СМИ в Спортсооружение;
    б) пресс-центра, включающие все пространство помещения;
    в) пресс-трибуны;
    г) смешанной зоны;
    д) фотопозиций вокруг ледовой площадки, полностью захватывающие с внешней стороны борт и защитное стекло;
    е) зала для пресс-конференций (перед финалом Чемпионата).

    Кроме того, по запросу пресс-службы Лиги предоставить данные (снимки экрана), подтверждающие работу интернета и его скорость.
    (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

Статья 20

Статья 20. Общие положения об аккредитации лиц на мероприятиях, проводимых Лигой

1. Лига предоставляет возможности профессиональной деятельности по освещению Матчей в Спортсооружениях, в которых проводятся Матчи, исключительно аккредитованным Лигой и Клубами лицами. Лига совместно с Клубами проводит аккредитацию на Матчи согласно Положению об Аккредитации МХЛ. Лига самостоятельно принимает решение об аккредитации на официальные мероприятия Лиги или об отказе в аккредитации.
   (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
2. Прекращение действия и лишение аккредитации
   2.1. Действие аккредитации прекращается в следующих случаях:
   2.1.1. Прекращения или приостановления деятельности СМИ в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.
   2.1.2. Прекращения трудовых или иных договорных отношений представителя СМИ с редакцией аккредитованного СМИ.
   2.1.3. Отзыва представителя СМИ редакцией аккредитованного СМИ.
   2.1.4. Истечения срока действия аккредитации.

   2.2. Представитель СМИ лишается аккредитации в следующих случаях:
   2.2.1. Распространения сведений, не соответствующих действительности и порочащих или подрывающих честь, достоинство и деловую репутацию КХЛ и Клубов, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда.
   2.2.2. Нарушения Положения об Аккредитации МХЛ.
   (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)
3. Решение о лишении аккредитации представителя СМИ принимается пресс-службой МХЛ или пресс-службой МХЛ совместно с соответствующей пресс-службой Клуба с учетом настоящего Регламента и Положения об Аккредитации МХЛ.
   (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

Статья 21

Производство Клубом видеопродуктов

1. Каждый Клуб должен иметь сотрудника, ответственного за работу с видеоконтентом (в штате либо по договору подряда на каждый Матч). Контакты соответствующего сотрудника необходимо передать в пресс-службу Лиги не позднее чем за 10 (десять) дней до первого Матча Чемпионата.
2. По итогам каждого «домашнего» Матча Клуб обязан в течение 2 (двух) часов произвести и обеспечить передачу на специализированный сервер МХЛ видеообзора Матча (хайлайтс) согласно Положению о прямых интернет-видеотрансляциях и видеообзорах матчей МХЛ (Приложение № 1 к настоящему Регламенту).
3. Каждый Клуб в течение сезона по запросу КХЛ, направленному в Клуб не менее чем за 2 (два) календарных дня до записи, обязан записать 4 (четыре) видеоинтервью с Игроками и Тренерами и в тот же день передать видеоматериал в Лигу (формат записи сюжетов 1920 × 1080/50p). Интервью должно быть записано с использованием микрофона («петлички»). Осуществлять видеосъемку интервью необходимо со штатива. При наличии одной камеры осуществляется видеосъемка среднего плана, при наличии двух камер – крупный и средний. Дополнительно необходимо осуществить видеосъемку тренировочного процесса с

участием Игрока/Тренера, внутреннего интерьера Спортсооружения (клубная атрибутика, кубки, логотипы), раздевалки, в том числе места Игрока в раздевалке.

4. В случае предоставления Лигой специальной графики для оформления трансляций видеообзоров Матчей (хайлайтс), а также программного обеспечения для ее использования, Клуб обязан обеспечить использование графики (с использованием всех функций программного обеспечения) при производстве трансляции и видеообзоров Матчей (хайлайтс). Передаваемый поток не должен содержать техническую информацию камер, рекламные материалы, а также накладываемые логотипы и тексты, в том числе Клуба, спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба.
5. В рамках продвижения мероприятий Лиги («Кубок Мира по хоккею Сириус», «Кубок Вызова» и другие) каждый Клуб по запросу Лиги обязан оказать содействие в создании видеороликов по техническому заданию Лиги, направленному в Клуб официальным письмом минимум за 14 (четырнадцать) календарных дней до срока сдачи видеоролика.
(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

Статья 22
Проведение пресс-конференций

1. После окончания Матчей Первого этапа Чемпионата при наличии минимум 1 (одного) представителя СМИ на Матче, после завершения каждого раунда Второго этапа (плей-офф) и после каждого Матча финальной серии проводится пресс-конференция с участием главных Тренеров участвовавших в Матче команд. Во время Регулярного Чемпионата вместо пресс-конференции Клуб может организовать общение Тренеров со СМИ в Смешанной зоне. Формат общения главных Тренеров с представителями СМИ может быть изменен по указанию КХЛ. КХЛ уведомляет Клубы о таком изменении не позднее чем за 2 (два) часа до такого Матча.
2. Пресс-конференция должна проводиться в специально оборудованном месте (Пресс-центре) после посещения представителями СМИ раздевалки команды Клуба-«хозяина» (не ранее чем через 20 минут и не позднее чем через 30 минут после окончания Матча). Ответственность за организацию и проведение послематчевой пресс-конференции лежит на Клубе-«хозяине».
3. На территории Российской Федерации при проведении послематчевых пресс-конференций в случае, если главный Тренер команды не владеет русским языком, Клуб обязан обеспечить присутствие переводчика.
4. Во время пресс-конференции главный Тренер каждой команды обязан дать развернутый комментарий к прошедшему Матчу (о ходе Матча, действиях Хоккеистов, выполнении тренерских установок и т.д.), а затем, соблюдая нормы корпоративной этики и воздерживаясь от проявления эмоций (включая употребление ненормативной и иной бранной лексики, оскорбительной жестикуляции), ответить на вопросы представителей аккредитованных СМИ.
5. Видеозапись и текстовая расшифровка пресс-конференции должны быть размещены на официальном сайте Клуба не позднее чем через 1 час после ее окончания. Пресс-служба Клуба-«хозяина» обязана вести полную аудио- и видеозапись пресс-конференции/ общения с Тренерами после Матча и хранить ее в собственном архиве до окончания сезона и предоставлять в распоряжение пресс-службы МХЛ по официальному запросу. При проведении пресс-конференций после Матчей финальной серии пресс-служба Клуба-«хозяина» обязана вести общедоступную прямую видеотрансляцию пресс-конференции в Youtube. Клуб обязан проводить видеотрансляцию таким образом, чтобы Аккредитованные представители СМИ, не присутствующие на встрече, имели возможность задать вопросы в режиме видеоконференции с видеоизображением представителя Аккредитованного СМИ, задающего вопрос.

Статья 23
Интервью

1. Общение с представителями средств массовой информации должно осуществляться через пресс-службу Клуба в соответствии с Регламентом МХЛ. Общение с прессой без согласования с пресс-службой не допускается.
2. Общение с представителями СМИ по согласованию с пресс-службой Клуба может осуществляться следующими способами:
   - по окончании тренировки до начала Матча;
   - в зоне для флеш-интервью в перерывах и непосредственно по окончании Матча;
   - в Смешанной зоне или раздевалке команды после окончания Матча;
   - в другое время в виде очного интервью;
   - личные ответы или ответы по телефону на вопросы, заранее присланные представителем СМИ;
   - письменные ответы на вопросы, заранее присланные представителем СМИ.
3. Перед началом Матча представители аккредитованных СМИ могут взять интервью у Хоккеистов и Тренеров обеих команд. Интервью должно завершиться не позднее чем за 60 минут до начала Матча.

   Заявка на проведение интервью перед началом Матча должна быть подана в Клуб не позднее чем за 24 часа до начала Матча. Из каждой команды в интервью могут участвовать не менее двух Хоккеистов и один Тренер.
4. После окончания Матча аккредитованные представители СМИ имеют право взять интервью у Хоккеистов в раздевалках команды Клуба-«хозяина». Пресс-служба Клуба-«хозяина» обязана организовать проход для интервью представителей СМИ в раздевалку команды-«хозяина» через 7 минут после окончания каждого Матча Первого этапа Чемпионата и каждой серии плей-офф, а также обеспечить присутствие не менее 10 Хоккеистов. Продолжительность работы СМИ в раздевалке — не более 10 минут, количество представителей СМИ — не более 10 человек.

   Общение Хоккеиста или Тренера Клуба с официальным Телевещателем Лиги в перерывах Матча и непосредственно по его окончании возможно только в зоне для флеш-интервью.

   Не позднее чем через 15 минут после окончания Матча Хоккеисты, выбранные представителями СМИ для интервью, должны появиться в Смешанной зоне, специально выделенной для этих целей в непосредственной близости от раздевалок команд.

   Руководитель делегации Клуба-«гостя» обязан допустить ограниченное количество представителей СМИ в раздевалки своих команд после окончания Матча при наличии такового запроса от представителей СМИ.
5. Заявка на проведение интервью вне игрового периода (в тренировочный день) также согласовывается с пресс-службой Клуба и должна быть подана в Клуб не позднее чем за сутки до предполагаемой даты интервью.
6. Запросы на очное интервью или общение с Хоккеистами, Тренерами и представителями руководства Клубов осуществляются через пресс-службу Клуба. Запрос должен включать в себя имя представителя Клуба, имя корреспондента, тему интервью, желаемое время и место встречи и требуемое на интервью время. Количество запросов от одного СМИ в адрес одного Клуба — не более одного в сутки. Максимальное количество обращений в Клуб от представителей одного СМИ на интервью с конкретным Хоккеистом, Тренером или представителем руководства Клуба не может превышать двух раз в месяц. Пресс-служба Клуба обязана официально ответить на такой запрос в течение 48 часов и назначить дату интервью в течение 14 рабочих дней после его поступления при условии отсутствия у Хоккеиста, Тренера или представителя руководства Клуба уважительной причины для отказа от общения с представителями СМИ. Выбор места интервью всегда остается за Клубом и Хоккеистом, Тренером и представителем руководства Клуба.

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

7. Пресс-служба Клуба в течение 5 (пяти) рабочих дней после получения запроса КХЛ должна организовывать текстовое интервью с Хоккеистами, Тренерами или представителями руководства Клубов для официального интернет-сайта МХЛ.
   Съемки Хоккеистов, Тренеров или представителей руководства Клубов по запросу КХЛ для видео, фото, аудио - проектов Лиги должны быть организованы в течение 14 (четырнадцати) рабочих дней после поступления соответствующего запроса.
   (в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

ГЛАВА 4. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ МХЛ И КЛУБОВ

Статья 24
Взаимодействие интернет-ресурсов МХЛ и Клубов

1. Клуб обязан иметь официальный интернет-ресурс (сайт), информация на котором должна быть представлена на русском языке и государственном языке страны Клуба (в случае если он отличен от русского языка). Сайт должен содержать регулярно обновляемые новостной раздел и раздел с фотографиями Матчей. Доменное имя сайта второго уровня должно принадлежать Клубу, в структуре которого находится команда. Размещение сайта на доменном имени сторонних веб-сервисов не допускается.
   (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)
2. Официальные интернет-сайты МХЛ и Клубов представляют собой единое медиапространство с единым навигационным меню, предоставляемым Лигой. Навигационное меню должно быть расположено в самом верху всех страниц официальных интернет-сайтов Клубов.
3. КХЛ предоставляет Клубам доступ к их статистике в информационно-статистической базе КХЛ (автоматически для использования на официальных интернет-ресурсах Клуба, в том числе официальных интернет-сайтах и мобильных приложениях). Клубы для освещения турниров МХЛ обязаны использовать на своих интернет-ресурсах только официальные статистические данные, предоставленные КХЛ, в том числе актуальную (своевременно обновляемую) турнирную таблицу Регулярного чемпионата, сетки плей-офф (при участии Клуба в Матчах плей-офф), календарь Матчей, индивидуальную статистику Игроков.
4. В течение Чемпионата Клубы обязаны обеспечивать размещение на всех страницах официального интернет-сайта Клуба баннерных рекламных ссылок на официальный интернет-сайт МХЛ, интернет-сайты спонсоров, рекламодателей и партнеров МХЛ. Блок указанных баннерных рекламных ссылок на всех страницах интернет-сайта Клуба не может быть визуально меньше и (или) находиться ниже аналогичного блока со ссылками на интернет-сайты спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба.
5. Клубы обязаны по требованию КХЛ предоставлять баннерное место на своем официальном интернет-сайте для размещения рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата или проектов Лиги. Данное баннерное место на официальном интернет-сайте Клуба должно располагаться в верхней части первого экрана и иметь размеры не менее 200 × 150 пикселей (px).
6. Клубы обязаны предоставлять КХЛ доступ в автоматическом режиме (в формате RSS) к ленте Клубных новостей с правом их публикации на официальных интернет-ресурсах МХЛ (в том числе в мобильных приложениях).
7. Текстовые трансляции и учет статистики Матчей ведутся Клубами в соответствии с требованиями настоящего Регламента.

8. С целью учета общей глобальной интернет-аудитории КХЛ и Клубов, официальные интернет-сайты Клубов должны иметь на всех страницах счетчик посещаемости, предоставленный КХЛ.
9. Новостной блок официального сайта Клуба должен содержать материалы, указанные в пункте 16 статьи 19 настоящего Регламента. Заголовки последних материалов раздела «Новости» должны быть доступны на главной странице официального сайта Клуба. Ссылка на раздел «Новости» должна быть размещена в меню на главной странице сайта Клуба.
(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

Статья 25
Работа Лиги и Клубов в социальных сетях

1. Лига и Клубы обязаны ежедневно администрировать свои официальные страницы в социальных сетях в соответствии с действующим законодательством, в том числе с помощью модерации дискуссий пользователей и удаления контента, противоречащего действующему законодательству.
2. Публикуя свои впечатления, мнения, комментарии и любые другие материалы для широкой общественности в социальных сетях, сотрудники Клубов несут полную ответственность за последствия своих действий. Публикуя записи в социальных сетях, они должны убедиться, что записи отвечают требованиям соответствующего законодательства и Регламента МХЛ, в том числе должны получить необходимые разрешения любых третьих лиц, чьи изображения или собственность использованы для их записей. Сотрудники несут личную ответственность за любые комментарии и (или) материалы, которые могут быть признаны непристойными, оскорбительными, клеветническими, незаконными или посягающими на права третьих лиц.

2.1. Клубы должны использовать социальные сети для повышения интереса Болельщиков к Клубу, КХЛ и игре в хоккей. Работа Клубов должна быть направлена на улучшение имиджа и повышение привлекательности Клубов, КХЛ и игры в хоккей среди широкой публики. Клубы должны принимать участие и оказывать содействие КХЛ в создании и совместном распространении контента в социальных сетях для продвижения и популяризации как Клубов, так и Лиги.
(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

2.2. Клубам запрещается использовать в социальных сетях выражения, изображения и видео, которые оскорбляют, подрывают или ставят под сомнение честь, профессиональные и личные качества судей, КХЛ, Клубов (их представителей), Хоккеистов Болельщиков.
(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

3. В целях популяризации и идентификации молодежной команды Клуб обязан иметь официальные страницы (группы) в крупнейших по охвату аудитории социальных сетях страны места регистрации Клуба, которые не должны являться страницами (группами) команд ВХЛ или КХЛ, входящих в структуру Клуба, и должны быть доступными (открытыми) для всех пользователей конкретной социальной сети. В течение сезона Клуб обязан ежедневно обновлять контент на всех своих страницах в социальных сетях.
(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

3.1. В день Матча Клуб обязан публиковать на своих страницах в социальных сетях:
а) анонс Матча (не позднее 4 часов до начала Матча);
б) состав команды на Матч по звеньям, изображение с информацией о дате Матча, заявленных на Матч вратарях и полевых Хоккеистах (не позднее 10 минут до начала Матча);
в) фотографии приезда команды Клуба на «домашние» Матчи (не позднее 40 минут до

начала Матча);

г) ссылку на интернет-трансляцию Матча и в случае проведения ТВ-трансляции упоминание наименования телеканала (не позднее 10 минут до начала Матча);

д) информацию о каждом забитом командой Клуба голе: изображение (в течение 3 минут после гола) и/или видеоматериалы (в течение 10 минут после гола);

е) статистику по итогам первого и второго периодов, минимальный объем которой включает голы, броски в створ ворот, вбрасывания, силовые приёмы, штрафы – в соответствии с текстовой трансляцией на официальном сайте МХЛ (в течение 5 минут после окончания соответствующего периода);

ж) итоговый результат Матча (не позднее 7 минут после его окончания);

з) статистику Матча, минимальный объем которой включает голы, броски в створ ворот, вбрасывания, силовые приёмы, штрафы – в соответствии с текстовой трансляцией на официальном сайте МХЛ (в течение 40 минут после окончания Матча);

и) комментарии Тренера и/или Хоккеистов (в видеоформате в течение 1 часа после окончания «домашнего» Матча или в текстовом, видео- или графическом формате в течение 2 часов после окончания «выездного» Матча). Дополнительно рекомендуется выкладывать цитаты из указанных комментариев в графическом формате после «домашних» Матчей;

к) 10 лучших, по мнению пресс-службы Клуба, фотографий с Матча – отдельной публикацией (не позднее 2 часов после окончания Матча), а также фотоальбомы с «домашнего» Матча на странице Клуба минимум в одной из социальных сетей (не позднее 3 часов после окончания Матча);

л) видеообзор либо видеонарезку игровых моментов (не позднее 3 часов после окончания Матча);

м) лучшие, по мнению пресс-службы Клуба, сэйвы и силовые приёмы (при наличии) – отдельными видеороликами.

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

3.2. Официальные страницы Клуба в социальных сетях должны содержать фотографии и/или видеоматериалы тренировок команды Клуба, публикуемые не реже одного раза в месяц, информацию об изменениях в составе и тренерском штабе (в соответствии с абзацем «ж» п. 16 статьи 19 настоящего Регламента), поздравления Хоккеистов и Тренеров с днем рождения, информацию о выступлении игроков команды в сборных командах своих стран, а также развлекательный контент для болельщиков Клуба.

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

3.3. В межсезонье Клуб обязан размещать на своих официальных страницах в социальных сетях не менее 3 (трех) публикаций в неделю. Клуб обязан включать в размещаемый контент:

а) публикации по итогам медосмотра Хоккеистов после отпуска (фотографии – в день медосмотра, видеоматериалы – не позднее дня, следующего за днем медосмотра);

б) публикацию плана предсезонной подготовки;

в) освещение товарищеских матчей и предсезонных турниров (анонсы, результаты, комментарии), а в случае их проведения в городе, где базируется Клуб – фотоотчет;

г) информацию об изменениях в составе команды и тренерском штабе Клуба (в соответствии с абзацем «ж» пункта 16 статьи 19 настоящего Регламента);

д) календарь Матчей Чемпионата предстоящего сезона с участием команды Клуба (в течение 12 часов после публикации календаря Матчей Чемпионата Лигой);

е) контент с тренировок: фотографии (не менее 4 публикаций), видеоматериалы (не менее 2 публикаций) и комментарии Хоккеистов и Тренеров (в видео-, текстовом или графическом формате не менее 4 публикаций).

ж) обратный отсчет до старта Чемпионата предстоящего сезона либо до первого Матча с участием команды Клуба.

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

ГЛАВА 5. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МХЛ И КЛУБОВ ПО РАБОТЕ СО ЗРИТЕЛЯМИ

Статья 26
Обязанности Клубов

1. В соответствии с пунктом 1 статьи 9 Технического регламента МХЛ, каждый Клуб должен иметь в своем штате сотрудника, ответственного за работу со Зрителями (Болельщиками).
2. В рамках организации работы со Зрителями Клуб обязан обеспечить:
   2.1. Поддержание базового уровня сервисов для Зрителей и реализацию мер для их повышения в соответствии с Рекомендациями по работе со Зрителями МХЛ, утвержденными Лигой.
   2.2. Осуществление контроля уровня сервисов для Зрителей и своевременное предоставление сведений об уровне сервисов для Зрителей по запросу КХЛ, в том числе по форме, установленной Лигой (проверочные листы, пояснения и т. п.).
3. Ежегодно не позднее чем за 14 (четырнадцать) дней до начала Чемпионата Клуб должен предоставлять в Лигу список предполагаемых к проведению мероприятий на сезон, направленных на работу со Зрителями. Список мероприятий может включать в себя в том числе тематические Матчи, предматчевые шоу, активности в фойе Спортсооружения, мероприятия Клуба вне Спортсооружения, мероприятия Клуба, проводимые не в дни Матчей.
   Список мероприятий предоставляется в установленном КХЛ формате (Приложение 5 к настоящему Регламенту).
   В случае, если по ходу сезона Клуб вносит изменения в список проводимых мероприятий, сотрудник Клуба, ответственный за работу со Зрителями, должен уведомить Лигу о данных изменениях и направить обновленный список мероприятий в установленном КХЛ формате (Приложение 5 к настоящему Регламенту), не позднее чем за 24 часа до начала запланированного мероприятия.
   Клуб должен подтвердить факт проведения указанных в списке мероприятий не позднее чем через 30 дней после окончания Чемпионата, в установленном КХЛ формате (Приложение 6 к настоящему Регламенту).
   (в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

ГЛАВА 6. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 27
Вступление Регламента по маркетингу и коммуникациям МХЛ в силу

Настоящий Регламент вступает в силу с момента его утверждения Советом директоров ООО «КХЛ» и действует до момента утверждения нового Регламента МХЛ.

Статья 28
Ответственность за неисполнение требований Регламента по маркетингу и коммуникациям МХЛ

В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения требований Регламента по маркетингу и коммуникациям МХЛ на Клуб, должностных лиц Клуба, Хоккеиста могут быть наложены санкции в соответствии с Дисциплинарным регламентом МХЛ.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРЯМЫХ ИНТЕРНЕТ-ВИДЕОТРАНСЛЯЦИЯХ И ВИДЕООБЗОРАХ МАТЧЕЙ

1. Общие положения

1.1. Положение о прямых интернет-видеотрансляциях Матчей (далее — Положение) разработано в целях унификации требований к интернет-видеотрансляциям Матчей и популяризации молодежного хоккея.

1.2. Все пункты настоящего положения обязательны для выполнения Клубами МХЛ. За невыполнение пунктов данного положения и соответствующих требований Регламента по маркетингу и коммуникациям МХЛ предусмотрены штрафы в соответствии с Дисциплинарным регламентом МХЛ.

1.3. Организация интернет-трансляций включает в себя полноценное и непрерывное вещание 1 (одного) видеопотока с заданными требованиями к интернет-соединению, оборудованию и техническим характеристикам.

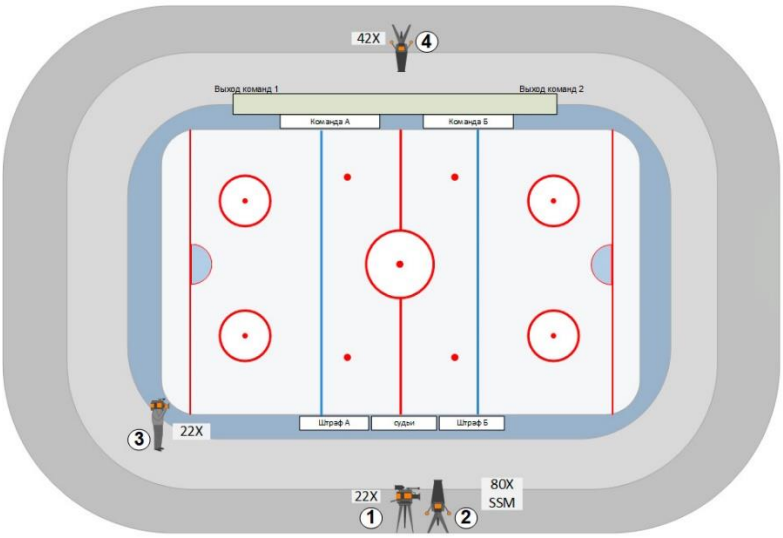
2. Обязанности Клуба

2.1. Клуб обязан организовать производство прямой интернет-видеотрансляции Матча не менее чем 3 (тремя) камерами цифрового HD-формата, кодирование сигнала и доставку сигнала на указанный КХЛ интернет-сервер. Камеры № 1 и 2 должны находиться по центру, напротив скамеек запасных, не ниже последнего ряда нижнего яруса Спортсооружения. Камера № 1 (основная) используется для съёмки общим планом, камера № 2 – крупным планом. Кадрирование при съемке игрового отрезка крупным планом не должно быть более 25% игровой площадки с направленным акцентом на игроке (игроках), который является главной фигурой игрового момента. Камера № 3 (угловая) размещается на углу хоккейной площадки на той же стороне, что и камеры № 1 и 2. Лига рекомендует использование при организации трансляций 4 (четырёх) и более камер.

С сезона 2023/2024 годов Клуб обязан организовать производство прямой интернет – видеотрансляции Матча не менее чем 4 (четырьмя) камерами формата, указанного в настоящей статье. Камера № 4 (обратная) располагается на противоположной стороне от камер № 1 и 2 по центру хоккейной площадки и используется для повторов, съёмки крупных планов игроков в штрафном боксе, судей перед матчем и болельщиков.

Дополнительно при организации прямых трансляций рекомендуется подключаться и использовать камеры системы «Видеогол», которые располагаются за и над воротами.

Рекомендуемая схема расстановки 4 (четырёх) камер:



Камера №3 может располагаться как с правой, так и с левой стороны, в зависимости от конструкции Спортсооружения.

2.2. Клуб обязан прислать для согласования в Лигу план расстановки камер, используемых для трансляций, не позднее чем за 10 (десять) календарных дней до первого «домашнего» Матча команды в Регулярном чемпионате.

2.3. Клуб обязан показывать повторы всех заброшенных шайб и других моментов (сэйвы, силовые приемы, драки) во время трансляции крупным планом (см. пп. 2.1. настоящего Приложения).

2.4. Клуб обязан использовать в рамках трансляций Матча во время перерывов между периодами видеопроекты, которые МХЛ передает в Клуб. Клуб обязан обеспечить наличие комментаторской позиции на Спортсооружении и работу комментатора трансляции в режиме реального времени. Во время трансляции Матча комментаторам запрещается открыто поддерживать одну из участвующих в Матче команд, в том числе одобрительно высказываться о нарушениях Хоккеистами и иными Участниками матча Правил игры в хоккей, а также проявлять неуважение к Лиге, Судьям, Клубам, Игрокам, Тренерам и иным представителям Клубов.

2.5. Клуб обязан подготовить дополнительный пакет заявочных фотографий на прозрачном фоне для использования в графике трансляций и направить его в Лигу за 2 (два) дня до первого Матча команды в Регулярном чемпионате. При дозаявках Хоккеистов и в случае кадровых изменений в тренерском штабе в течение сезона, Клуб предоставляет фотографии на прозрачном фоне в течение 3 (трех) дней после дозаявки (при дозаявке непосредственно перед выездной серией Матчей — в течение 3 (трех) дней после возвращения из такой поездки).

2.6. Клуб обязан сохранять на своих носителях запись «домашнего» Матча с трансляционных камер отдельными файлами до 5 (пятого) числа месяца, следующего за месяцем проведения матча, и предоставлять данные файлы в Лигу по запросу пресс-службы. Также Клуб обязан в соответствии с п. 21 статьи 59 Главы 9 Спортивного регламента МХЛ хранить до 5 (пятого) числа месяца, следующего за месяцем проведения матча, но не менее 14 (четырнадцати) календарных дней после проведения Матча и в течение 24 часов предоставлять по запросу пресс-службы МХЛ видеозаписи с камер, расположенных за и над воротами.

3. Требования к интернет-соединению на арене проведения Матча

3.1. Наличие выделенного интернет-канала со скоростью не менее 10 Мбит/с (Mbps) на каждый исходящий поток, с процентом потерь в канале не более 1%, позволяющего осуществить интернет-трансляцию без прерывания видеопотока.

3.2. Данное интернет-соединение должно быть доступно исключительно для организации передачи потокового видеосигнала и недоступно для использования другими службами арены или Зрителями Матча.
3.3. Наличие статического IP-адреса от провайдера на месте съемок.

4. Требования к вещательному оборудованию

4.1. Персональный компьютер с оперативной системой Windows или MacOS, оперативная память минимум 8 Гб, процессор не ниже класса Intel Core i7 (или аналог), загрузка ЦП во время активной трансляции не должна превышать 10%.
4.2. Камеры, соответствующие параметрам производимого сигнала согласно пункту 6 Положения.
4.3. Программное обеспечение для сведения сигнала с видеокамер, интершума, звуковой дорожки комментатора и графики трансляций в единый видеосигнал для передачи на указанный КХЛ сервер.
4.4. Вещательное оборудование должно быть задействовано исключительно для обеспечения интернет-трансляции. Передача сигнала на периферийные устройства (например: медиакуб и т. п.) должна осуществляться отдельно.

5. Проведение прямого эфира

5.1. Съемочное и вещательное оборудование должно быть развернуто и находиться в рабочем состоянии не менее чем за 1 (один) час до начала Матча.
5.2. Должна быть проведена проверка интернет-подключения путем выполнения команд ping / tracert до необходимого адреса.
5.3. Должна быть проведена проверка состояния вещательного компьютера (проверка загрузки ЦП).
5.4. Должна быть проведена выгрузка из памяти лишних процессов (на вещательном оборудовании).
5.5. Настройка потока.
5.6. Проверка размещения и работоспособности графической системы.
5.7. Клуб обязан начать вещание и передачу сигнала не позднее чем за 20 минут до старта Матча, а также самостоятельно запустить прямую трансляцию на канале МХЛ на сайте YouTube.com не позднее чем за 5 минут до начала Матча.
5.8. Окончание эфира — выключение или остановка трансляции сразу по окончании мероприятий, необходимых для трансляции (интервью Тренеров, вывод статистики Матча и т. д.). Обязательное полноценное отключение от потока и остановка вещательного оборудования (программы).
5.9. При проведении видеотрансляций Матчей через Интернет в сигнале, передаваемом в КХЛ, должны быть соблюдены следующие условия: отсутствие рекламных вставок, музыкальных вставок в перерывах Матча, а также наличие графического оформления трансляции, предоставленного КХЛ: логотип Чемпионата МХЛ, плей-офф, финал плей-офф; логотипы и названия Клубов, счет Матча, номер периода, синхронизированный обратный отсчет времени и иного графического оформления трансляции по требованию КХЛ, а также рекламы и графики в соответствии с пунктом 6 статьи 7 Регламента по маркетингу и коммуникациям МХЛ.
5.10. Передаваемый поток не должен содержать техническую информацию камер, рекламные материалы, а также накладываемые логотипы Клуба, спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба и иные накладываемые логотипы.

6. Технические параметры видеосигнала трансляции (минимальные)

- Video: HD 720p
- Frame Size: 1280 × 720

- Frame Rate: 25
- Codec: H.264 / AVC / AAC
- Video Bitrate: 2,5 Mbps
- Aspect Ratio: 16:9
- Audio Codec: AAC / MP3 Stereo
- Audio Sample Rate: 44.1KHz
- Audio Bit Rate: 128 kbps
- Baseline profile

7. Производство видеообзоров Матчей (хайлайтс)

7.1. В течение 2 (двух) часов после окончания Матча Клуб обязан произвести и загрузить хайлайтс на специализированный сервер МХЛ.

7.2. Файл с видеообзором должен быть в HD-качестве и соответствовать следующим требованиям: видеопоток — не менее 10 Мбит, результирующее соотношение сторон — 16:9; количество кадров в секунду — 25. Не допускается запись видеофайлов с чересстрочным форматом записи кадров (к ним относятся 1080i и 720i). Кадрирование при съемке игрового отрезка не более 50% игровой площадки. Цветовая температура (баланс белого) записи должна находиться в пределах 5600К.

7.3. Клуб обязан использовать предоставляемую Лигой графику для оформления хайлайтс.

7.4. Хайлайтс должен начинаться с общего плана арены (хронометраж – до 3 (трех) секунд) и/или афиши матча (хронометраж − до 3 (трех) секунд). После этого в хайлайтс могут включаться моменты, предшествующие игре (крупные планы игроков обеих команд с раскатки, элементы шоу-программы) общим хронометражем до 15 секунд.

7.5. В видеообзоре должны быть все заброшенные шайбы обеих команд, а также лучшие вратарские спасения (сэйвы), силовые приемы, драки и моменты, которые могли привести к взятию ворот. Все моменты должны попадать в видеообзор в хронологической последовательности.

7.6. Каждый гол должен начинаться с начальной фазы атаки (не менее чем за 10 секунд до взятия ворот или за секунду до вбрасывания, если оно произведено в 10-секундный период до взятия ворот). После взятия ворот необходимо крупным планом показать празднование команды. Затем, крупным планом с замедлением демонстрируется повтор ключевых секунд перед взятием ворот с моментом попадания шайбы в ворота. При первом показе шайбы сохраняется трансляционная графика, а также голос комментатора в режиме реального времени. При повторе (повторах) голос комментатора необходимо подмонтировать (не прерывать речь комментатора при изменении видеоряда либо наложить на повтор слова комментатора) либо заменить музыкальным сопровождением в соответствии с пп. 7.12. п.7 настоящего Приложения. После повторов рекомендуется крупным планом показать героя или антигероя эпизода. Если шайба пропущена в неравных составах, рекомендуется показать игрока, удаление которого привело к голу. В случае взятия ворот после видеопросмотра, необходимо крупным планом показать судей перед монитором, повтор и арбитра в момент, когда он показывает решение. Не засчитанные в результате видеопросмотра шайбы должны попадать в хайлайтс только крупным планом без развития атаки. Запрещается включать в хайлайтс всю процедуру видеопросмотра.

7.7. В случае проведения серии бросков, определяющей победителя Матча, в хайлайтс должны быть включены все заброшенные и отраженные в рамках серии шайбы.

7.8. Сэйвы, силовые приемы и опасные моменты попадают в хайлайтс с двух либо трёх планов (общий и крупный) либо с одного, но обязательно крупного плана с

замедлением. В случае показа с двух и более планов при первом показе шайбы сохраняется трансляционная графика с указанием периода, времени до его окончания и, при игре в неравных составах, времени до выхода удаленного игрока, а также голос комментатора в режиме реального времени. В случае показа момента крупным планом с замедлением накладывается соответствующая моменту речь комментатора в трансляции Матча либо музыкальное сопровождение в соответствии с пп. 7.12. п.7 настоящего Приложения.

7.9. Драка должна быть показана крупным планом с соответствующей моменту речью комментатора в трансляции Матча.

7.10. В качестве перебивок между отдельными моментами и периодами в хайлайтс допускается использовать планы со зрителями, передающие атмосферу на Спортсооружении, крупные планы активных болельщиков или курьезных моментов в игре длительностью до 3 (трех) секунд либо специальную графику, полученную от Лиги.

7.11. Хайлайтс завершается рукопожатием игроков, финальной статистикой матча или графикой с результатом игры хронометражем до 5 секунд.

7.12. Общий хронометраж хайлайтс должен составлять не более 4 (четырех) минут, за исключением Матчей, в которых было заброшено более 6 (шести) шайб и завершившихся с разницей в одну шайбу (без учета шайб, заброшенных в пустые ворота на последних минутах). В случае, если одна из команд отрывается от другой в две шайбы и удерживает такой разрыв до конца Матча, допускается показ последующих шайб не с начальной фазы атаки без празднований.

7.13. Использование музыки допускается исключительно по предварительному согласованию с Лигой. Разрешается использовать исключительно музыкальные фрагменты, предоставляемые Лигой.

7.14. Допускается использование эффекта замедления в повторах исключительно в финальной стадии момента. Скорость показа момента не может быть уменьшена более, чем на 30 процентов.

7.15. Передаваемый видеообзор не должен содержать техническую информацию камер, рекламные материалы, а также накладываемые логотипы в том числе Клуба, спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

(в ред. от 28.07.2023. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 145 от 28.07.2023)

ИСКЛЮЧЕНО

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
Шаблон согласования хоккейной формы Клуба

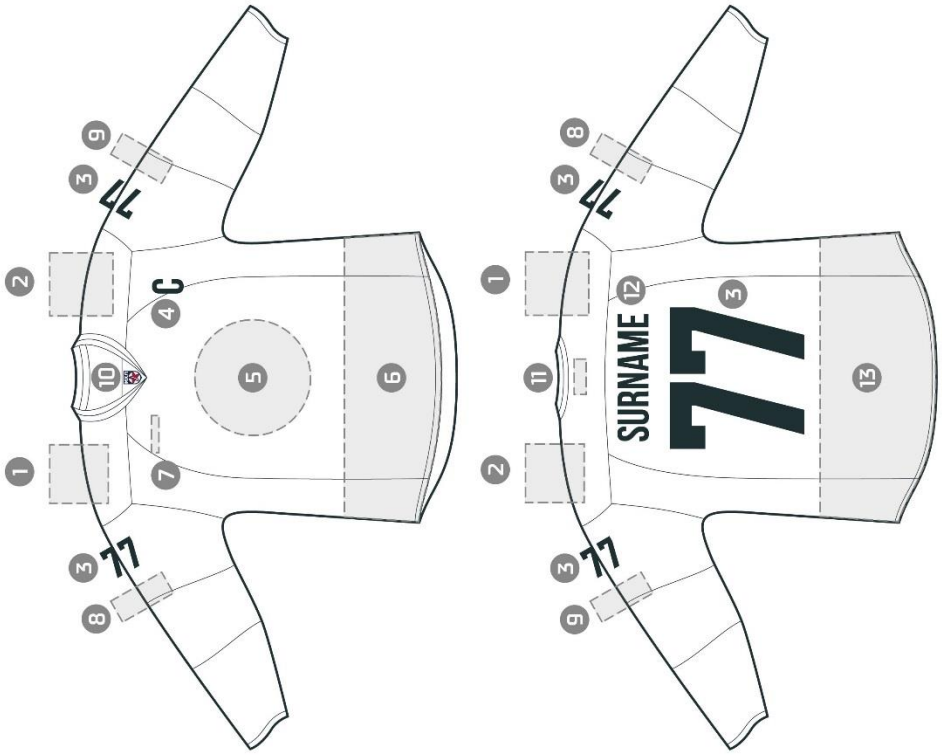
Правила заполнения

- Столбцы заполняются для всех используемых элементов (в том числе рассылаемых КХЛ Клубам).
- В столбце «Графические элементы» должны быть приведены изображения: логотипы компаний, эмблемы, шрифт номеров и др.
- В столбце «Технические данные» должны быть приведены: размеры наносимых элементов, описание использованных материалов и технологии производства.
- Сведения о цветах, используемых для формы, необходимо заполнять с указанием номеров PANTONE / CMYK.
- Для элемента 2 (номер Хоккеиста на спине и на рукавах) в обязательном порядке должны быть приведены все 10 цифр используемого шрифта.

МХЛ МОЛОДЕЖНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

КЛУБ_____ / КОМПЛЕКТ_____ / СЕЗОН 20__/20__

ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ (в столбце необходимо разместить логотипы компаний, эмблемы, шрифт номеров и т.д.)	ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ (в столбце необходимо разместить логотипы компаний, эмблемы, шрифт номеров и т.д.)
1 2	
3	
4	
5	
6	
7	
8 9	
10	
11	
12	
13	



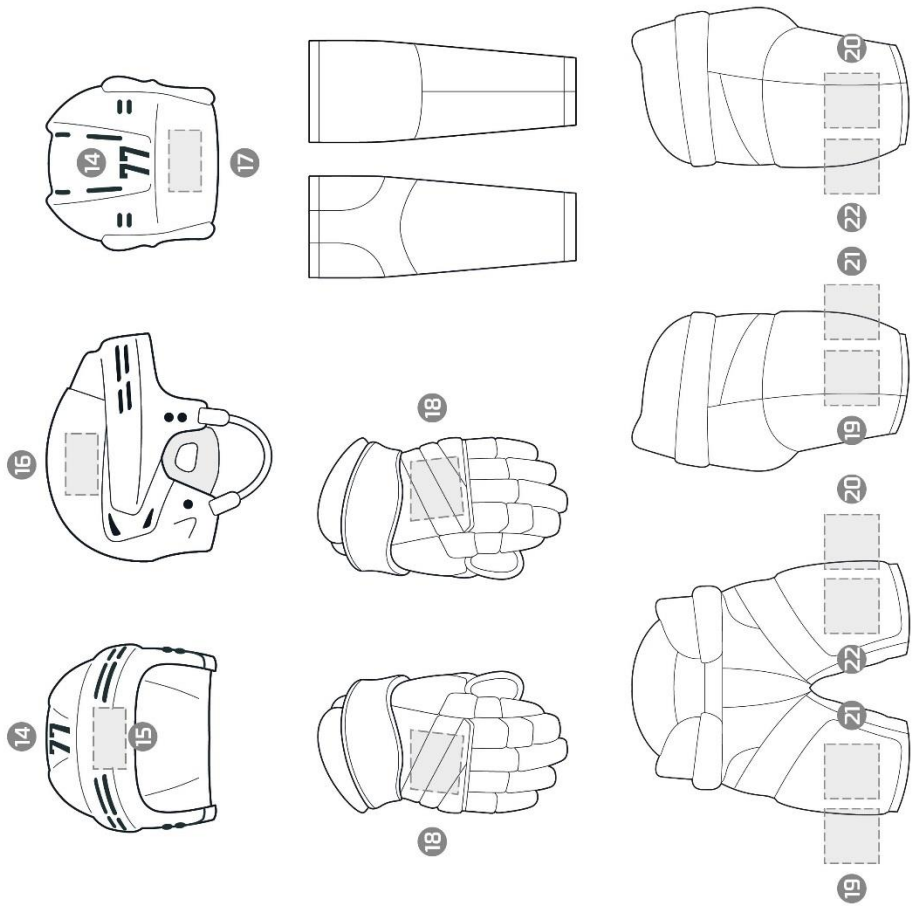
ЦВЕТА ФОРМЫ

☐ PANTONE/CMYK _____ ☐ PANTONE/CMYK _____ ☐ PANTONE/CMYK _____ ☐ PANTONE/CMYK _____

МХЛ МОЛОДЕЖНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

КЛУБ_____ / КОМПЛЕКТ_____ / СЕЗОН 20__/20__

ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ (в столбце необходимо разместить логотипы компаний, эмблемы, шрифт номеров и т.д.)	ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ (в столбце необходимо разместить логотипы компаний, эмблемы, шрифт номеров и т.д.)
14	
15	
16	
17	
18	
19 20	
21 22	



ЦВЕТА ФОРМЫ

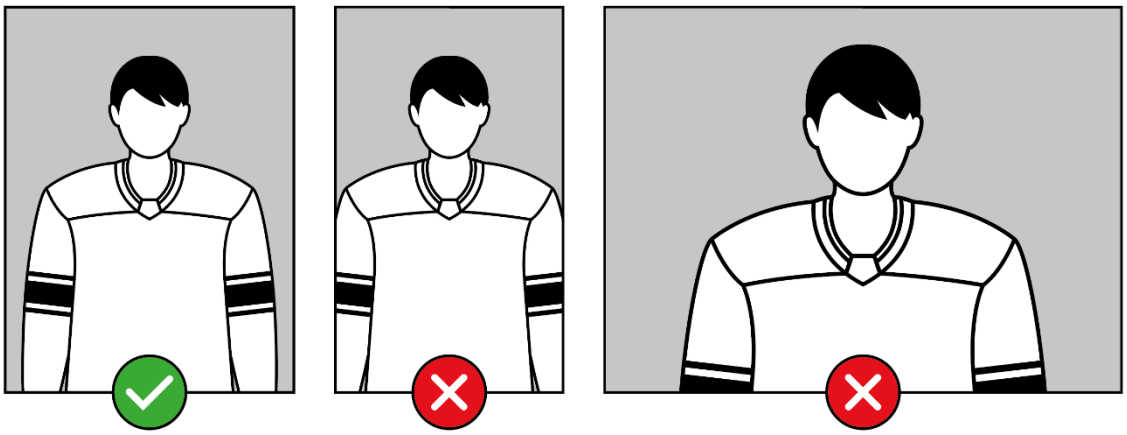
☐ PANTONE/CMYK _____ ☐ PANTONE/CMYK _____ ☐ PANTONE/CMYK _____ ☐ PANTONE/CMYK _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 4
Формат фотографий к комплекту заявочных документов Клубов

Заявочные фотографии хоккеистов должны соответствовать следующим требованиям:

1. Статичное фото анфас:

   - Хоккеист должен быть без шлема; положение тела прямое (не вполоборота)
   - фон для съёмки должен быть однородным и одинаковым для всех Хоккеистов команды;
   - фотография не должна иметь резких теней;
   - на Хоккеисте должен быть надет актуальный игровой свитер команды Молодежной хоккейной лиги с нанесённой рекламой спонсоров;
   - фотографии должны быть не обрезанными по краям. Между верхним краем фотографии и головой Хоккеиста должно быть пространство. Плечи и локти Хоккеистов должны полностью попадать на фотографию, их обрезка запрещена. Логотип команды должен быть виден полностью: на фотографии Хоккеист должен быть минимум до пояса.



2. Фото в динамике:

   - Хоккеист должен быть сфотографирован в шлеме и в полный рост;
   - если Хоккеист по регламенту выступает в шлеме с маской, Клуб должен предоставить две фотографии в динамике: в шлеме и без шлема;
   - фотография должна быть сделана на льду;
   - на фотографии не должно быть видно никого кроме Хоккеиста.

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

Список запланированных мероприятий по работе со Зрителями

Клуб	
Сезон	

№	Наименование мероприятия	Планируемая дата/ период проведения	Описание
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

_____ _____/_____/

(должность) *(подпись)* *(расшифровка)*

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)

Список проведенных мероприятий, по работе со Зрителями

Клуб	
Сезон	

№	Наименование мероприятия	Планируемая дата/ период проведения	Описание	Ссылки на фото	Ссылки на видео	Ссылки на упоминания
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						

_____ _____/_____/

(должность) *(подпись)* *(расшифровка)*