



УТВЕРЖДЕН
Генеральный директор
Республиканского
общественного объединения
«Казakhstanская федерация хоккея»



Г. Каратаев

26 июля 2022 года

РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ
ЧЕМПИОНАТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН ПО ХОККЕЮ С ШАЙБОЙ
СЕЗОН 2022–2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ	4
СТАТЬЯ 1. Основные принципы и направления деятельности КФХ в области маркетинга, рекламы и рг	5
СТАТЬЯ 2. Права КФХ	5
СТАТЬЯ 3. Права клуба	6
СТАТЬЯ 4. Соглашение о распределении рекламного пространства	6
СТАТЬЯ 5. Размещение рекламных материалов на ледовой арене	8
1. Размещение рекламы на ледовой поверхности	8
2. Размещение рекламы на бортах	8
3. Размещение рекламы на красных и синих линиях разметки на бортах	9
4. Размещение рекламы на защитных стеклах ледовой площадки	9
СТАТЬЯ 6. Размещение визуальной и аудио рекламы на табло и/или медиакубах	9
СТАТЬЯ 7. Размещение рекламных материалов на игровой форме хоккеистов и экипировке судей	10
СТАТЬЯ 8. Организация рекламных пауз во время матча	10
СТАТЬЯ 9. Права и обязанности клубов при тв- и интернет-трансляциях	11
СТАТЬЯ 10. Пресс-служба клуба	11
СТАТЬЯ 11. Деятельность и этика клубов в сети интернет	13
СТАТЬЯ 12. Пресс-конференция	14
СТАТЬЯ 13. Аккредитация представителей сми	14
СТАТЬЯ 14. Работа клубов с болельщиками и билетная программа	15
СТАТЬЯ 15. Требование к фото-видео материалам пресс-служб	17
1. Требование к фотографиям	17
2. Требование к видеointервью	18
СТАТЬЯ 16. Ответственность за неисполнение требований регламента по маркетингу, рекламе и рг	19
ПРИЛОЖЕНИЕ №1. Соглашение о распределении рекламного пространства	20
ПРИЛОЖЕНИЕ №2. Ответственность за нарушения положений Регламента по маркетингу, рекламе и PR	25
ПРИЛОЖЕНИЕ №3. Положение об аккредитации представителей средств массовой информации	28
ПРИЛОЖЕНИЕ №4. Требования к фотоматериалу, предоставляемого в пресс-службу КФХ.	30
1. Портретная фотография	30
2. Командная фотография	32
3. Игровая фотография (динамика)	33
4. Фото для ТВ-продакшена и ТВ-графики	39

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Положения, установленные в следующих статьях Регламента по маркетингу, рекламе и PR, применимы ко всем соревнованиям и мероприятиям, в том числе и не спортивным, организованных под эгидой Казахстанской федерации хоккея (далее – КФХ), в соответствии с основным Регламентом.

Данными положениями КФХ руководствуется при определении соблюдения требований Регламента по маркетингу, рекламе и PR, при проведении соревнований и мероприятий. На всех соревнованиях и мероприятиях проводимых Казахстанской федерацией хоккея, соблюдение статей и положений Регламента по маркетингу, рекламе и PR, в отношении рекламных возможностей в местах проведения соревнований и/или мероприятий, является обязательным.

Регламент по маркетингу, рекламе и PR является неотъемлемой частью основного Регламента и включает в себя следующие статьи:

- Основные принципы деятельности в области маркетинга, рекламы и PR;
- Права КФХ
- Права Клубов
- Соглашение о распределении рекламного пространства
- Обязанности Клубов
- Размещение рекламы на игровой форме хоккеистов и судей
- Размещение рекламы на ледовых аренах
- Организация рекламных пауз во время матчей
- Деятельность пресс-служб Клубов
- Ответственность за неисполнение требований Регламента

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

1. **КФХ** – Казахстанская федерация хоккея
2. **Аккредитация СМИ** – официальное предоставление права на освещение соревнований проводимых КФХ.
3. **Клуб** – юридическое лицо, независимо от его организационно-правовой формы, осуществляющее деятельность в области хоккея в качестве основного вида деятельности, которое является участником Соревнования на основании Договора об участии в Открытом Чемпионате Республики Казахстан по хоккею среди мужских команд – PRO HOKEI LIGASY.
4. **Микст-зона** (смешанная зона) – специально организованная зона для возможности проводить брич-интервью представителями аккредитованных СМИ с игроками, после завершения матча на каждой Ледовой арене.
5. **Регламент по маркетингу, рекламе и PR** – основной документ, регулирующий организацию и проведение Соревнования в части маркетинга, рекламы и коммуникаций, определяющий права и обязанности всех заинтересованных сторон. Является неотъемлемой частью основного Регламента Казахстанской федерации хоккея .
6. **Соглашение о распределении рекламного пространства** – документ, определяющий места, размер, порядок и характер использования рекламных площадей и размещения рекламных материалов на льду, бортах, защитных стеклах и т.п., форме Хоккеистов и Судей, наружной, видео-аудио- и теле-рекламы.
7. **Ледовые арены** – спортивные объекты, на которых проводятся соревнования организованные Казахстанской федерацией хоккея .
8. **ВТЛ-мероприятия** – комплекс маркетинговых мероприятий Спонсора/Партнера, проводимых на ледовых аренах в дни матчей, включающий в себя: размещение демонстрационных и/или интерактивных зон в местах доступа зрителей и/или на прилегающей территории; распространение рекламно-информационных материалов, использование оборудования и персонала.
9. **Технический партнер** – организация обеспечивающая ТВ- Интернет-трансляции и любые иные виды трансляций матчей Чемпионата и/или Кубка и иных соревнований и мероприятий проводимых КФХ.

СТАТЬЯ 1. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КФХ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА, РЕКЛАМЫ И PR

1. КФХ распоряжается коммерческими и имущественными правами на все официальные соревнования, проводимые под эгидой Казахстанской федерации хоккея, а также телевизионными правами и правами трансляций соревнований в Интернете. КФХ осуществляет деятельность по продвижению брендов соревнований – Чемпионата Республики Казахстан по хоккею среди взрослых мужских команд (далее – Чемпионат) и Кубка Казахстана по хоккею (далее – Кубок).

КФХ вправе полностью или частично делегировать свои права третьим лицам.

2. Основные направления деятельности КФХ в рамках Чемпионата и Кубка:

2.1. КФХ распоряжается вышеуказанными правами в коммерческих и рекламных целях на использование названия Чемпионата и Кубка, их логотипов и иных официальных обозначений.

2.2. КФХ распоряжается правами на размещение рекламы на ледовых аренах.

2.3. КФХ распоряжается правами на определение и назначение статусов Генерального, официальных и технических спонсоров и партнеров.

2.4. КФХ распоряжается правом предоставлять эксклюзивные права Генеральному спонсору Чемпионата и/или Кубка, которые блокируют любые соглашения с представителями той категории бизнеса, деятельность, которую ведет Генеральный спонсор.

2.5. КФХ распоряжается исключительными правами на ТВ- и Интернет-трансляции, а также на фото- и видео-съемку Чемпионата и Кубка.

2.6. Ведет деятельность по коммуникациям с представителями СМИ, телеведущими.

СТАТЬЯ 2. ПРАВА КФХ

1. Привлекать спонсоров и партнеров, предоставлять им статусы и категории, определять их объем присутствия в рекламном пространстве Чемпионата и/или Кубка.

2. Блокировать категории бизнеса и услуг для обеспечения эксклюзивности привлеченных спонсоров/партнеров, в их сферах деятельности. В случаях блокирования категорий КФХ направляет в Клубы официальное письмо с уведомлением и списком заблокированных категорий (стоп-лист).

3. КФХ имеет право отказать в согласовании спонсоров/партнеров Клуба при пересечении по категориям, зарезервированным за КФХ.

4. Контролировать реализацию и исполнение Клубами требований настоящего Регламента по маркетингу, рекламе и PR, а также исполнение условий Соглашения о распределении рекламного пространства.

5. Налагать на клубы санкции в виде денежных штрафов за неисполнение или ненадлежащее исполнение требований Регламента по маркетингу, рекламе и PR.

6. Организовывать, по согласованию с Клубом, являющимся принимающей стороной в матчах Чемпионата и/или Кубка, BTL-мероприятий, промо-акций, коммерческих, имиджевых, информационных и иных мероприятий на ледовых аренах, в том числе на ледовых площадках, перед началом и после окончания Матчей.

7. Использовать рекламные возможности ледовых арен и их оборудования. Предоставлять Клубам на размещение аудио-, видеоролики и графический контент, а также производить их замену.

8. КФХ за свой счет производит и направляет в Клубы следующие материалы:

8.1. Рекламные материалы Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или Кубка для размещения на шлемах хоккеистов и судей;

8.2. Рекламные материалы Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или Кубка для размещения на защитных стеклах.

8.3. Рекламные материалы Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или Кубка для размещения на табло и/или медиакубах ледовых арен;

8.4. Рекламные материалы Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или Кубка для размещения на интернет-ресурсах Клубов;

9. Осуществлять аккредитацию представителей средств массовой информации, а также лишать аккредитации, в случаях нарушения представителями СМИ правил аккредитации.

10. Предоставлять разрешения на использование матчей, логотипов и атрибутики Чемпионата и Клубов для производства промо, имиджевых и социальных роликов и их размещение на носителях наружной рекламы.

11. Осуществлять виды деятельности по продвижению и популяризации Чемпионата и/или Кубка, а также Клубов и вида спорта «хоккей».

12. Другие права, предусмотренные Договорами между КФХ и Клубами.

СТАТЬЯ 3. ПРАВА КЛУБА

1. Клубы могут использовать часть прав на Чемпионат, в том числе в коммерческих целях, в порядке и на условиях, предусмотренных Регламентом по маркетингу, рекламе и PR и Соглашением о распределении рекламного пространства. Клубам запрещается использование логотипов и символики Чемпионата и/или Кубка без согласия КФХ в случаях, не связанных с организацией и проведением матчей Чемпионата и/или Кубка. Нарушение данного положения Регламента по маркетингу, рекламе и PR будет квалифицировано в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

2. Клубы имеют право на использование наименований и логотипов Чемпионата и/или Кубка, а также других Клубов для предоставления информации и анонсов матчей Чемпионата и/или Кубка посредством СМИ и собственных каналов коммуникации с общественностью.

3. Клубы имеют право заключать контракты со Спонсорами/Партнерами с учетом зарезервированных КФХ категорий.

4. Размещать рекламу Спонсоров/Партнеров Клуба на ледовых аренах, игровой форме хоккеистов в соответствии с Соглашением о распределении рекламного пространства и настоящим Регламентом.

5. Использовать рекламные возможности «домашних» ледовых арен, организовывать BTL-мероприятия в собственных целях исключительно при наличии подписанного с КФХ Соглашения о распределении рекламного пространства.

6. Другие права, предусмотренные Договором между КФХ и Клубом.

СТАТЬЯ 4. СОГЛАШЕНИЕ О РАСПРЕДЕЛЕНИИ РЕКЛАМНОГО ПРОСТРАНСТВА

1. Соглашение о распределении рекламного пространства определяет долю КФХ и Клуба по размещению рекламы на площадях Ледовых арен – борта, ледовая поверхность, защитные стекла, табло, медиа куб, а также шлемах, игровой форме хоккеистов, пресс-стенах, интернет-ресурсах и т.д.

2. КФХ имеет право устанавливать размеры, расположение, технические требования и количество рекламных носителей, определять рекламное пространство для Клубов и/или иных проводящих организаций.

3. В срок до 1 августа Клуб обязан предоставить в КФХ лист согласования, планограмму и макеты для размещения Спонсоров/Партнеров, рекламные материалы которых Клуб планирует размещать в предстоящем сезоне на своем рекламном пространстве определенными условиями Соглашения, в том числе перечень рекламных материалов, не предусмотренных Соглашением о распределении рекламного пространства.

В случае нарушения положений Соглашения о распределении рекламного пространства, Клуб будет обязан за свой счет устранить несогласованное размещение рекламных материалов. Также на Клуб будет наложен штраф в размере 400 (Четыреста) МРП.

4. В рамках Соглашения о распределении рекламного пространства в срок до 15 августа Клуб обязан предоставить КФХ документы и фотоматериалы, подтверждающие исполнение обязательств по размещению рекламы в соответствии с Соглашением о распределении рекламного пространства: фотографии общего плана ледовой площадки (вид сверху); бортов ледовой площадки, защитных стекол, ледозаливочных машин, игровой формы хоккеистов, пресс-стен в микст-зонах и залах пресс-конференций, предматчевых программ, страниц интернет-ресурсов Клуба. При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 4 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

5. В срок не позднее 25 июля Клубы обязаны подписать Соглашение о распределении рекламного пространства и предоставить в КФХ.

6. Клуб обязан иметь в штатной структуре специалиста, который будет нести ответственность за надлежащее и своевременное размещение рекламных материалов Клуба и КФХ.

7. Клуб обязан за свой счет обеспечивать надлежащий монтаж/демонтаж предоставленных КФХ

рекламных материалов и информации о Спонсорах/Партнерах Чемпионата и/или Кубка Чемпионата в соответствии с Соглашением о распределении рекламного пространства.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 7 Главы 7 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

8. КФХ обязана предоставить Клубам векторный макет пресс-стен для микст-зон и зон флеш-интервью, а также залов пресс-конференций, с распределением рекламного пространства данных пресс-стен в соотношении 75% - КФХ, 25% - Клуб.

9. Клуб обязан координировать работу представителей СМИ в отношении записи послематчевых интервью с хоккеистами, тренерами, представителями Клуба исключительно на фоне официальной пресс-стены Чемпионата и/или Кубка в микст-зоне.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 9 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

10. При использовании логотипа и наименования Чемпионата и/или Кубка, в интересах клуба в связи с проведением «домашних» матчей клуба, а именно: на абонементах, входных и пригласительных билетах, на билетах и приглашениях в VIP-ложи, в том числе в электронном виде, афишах, пропусках на автотранспорт и пр. Клуб обязан рядом располагать логотип Генерального спонсора Чемпионата и/или Кубка с указанием статуса - «Генеральный спонсор». При этом, Клуб имеет право также размещать Спонсоров/Партнеров Клуба с соблюдением пропорций - размеры логотипов Спонсоров/Партнеров Клуба не должны превышать размеров логотипов Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или Кубка.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 10 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

11. Клуб обязан по запросу КФХ предоставить площади «домашних» ледовых арен для проведения BTL-мероприятий Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или Кубка.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 11 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

12. Клуб обязан по запросу КФХ предоставить возможность вручения призов Лучшим игрокам матча представителями Спонсора/Партнера Чемпионата и/или Кубка.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 12 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

13. Клуб обязан обеспечивать надлежащее состояние и поддержание надлежащего внешнего вида рекламных материалов Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или Кубка, а также чистку

и шлифовку (от следов попадания шайб и коньков) бортов и защитного стекла. При повреждении каких-либо рекламных материалов своевременно извещать об этом КФХ.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 13 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

14. Клуб обязан обеспечивать организацию развлекательных программ для зрителей в перерывах между периодами с возможностью интеграции промо-активностей Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или кубка. Ответственность за несоблюдение законодательства Республики Казахстан при выполнении настоящего требования возлагается на Клуб.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 14 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

15. По запросу КФХ, Клуб обязан обеспечить участие хоккеистов, тренеров, в BTL-мероприятиях, проводимых КФХ и/или Спонсорами/Партнерами Чемпионата и/или Кубка.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 15 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

16. Клуб обязан предоставить сотруднику КФХ доступ к местам размещения всех рекламных материалов, с целью фиксации посредством фото- и/или видеосъемки.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 16 Главы 4 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

17. Клуб несет иные обязанности, предусмотренные Регламентом по маркетингу рекламе и PR, и Соглашением о распределении рекламного пространства.

СТАТЬЯ 5. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ЛЕДОВОЙ АРЕНЕ

1. Размещение рекламы на ледовой поверхности:

1.1. Количество рекламных мест и их размеры определяется Соглашением о распределении рекламного пространства (Приложение 1);

1.2. Рекламные материалы Лиги для размещения на ледовой поверхности предоставляются Лигой, монтаж/демонтаж производятся за счет Клуба;

1.3. Все рекламные материалы необходимо размещать на белом фоне в соответствии с утвержденной planoграммой ледовой поверхности;

1.4. Допускается использование цветного фона в случаях, если такой логотип является единственной вариацией согласно брендбуку Спонсора/Партнера. Цветной фон в этом случае должен составлять не более 60% от размеров рекламного места.

1.5. При размещении рекламных материалов на льду необходимо обеспечивать полную видимость рекламных материалов, а также официальной разметки в соответствии с Правилами игры в хоккей, а также принять все возможные меры к обеспечению надлежащей белизны, прозрачности, отсутствию мутности заливаемого льда в течение всего срока проведения «домашних» матчей. В случае потери видимости подледной рекламы по требованию КФХ осуществить обновление льда и замену подледных рекламных материалов.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пунктов 1.3., 1.4., 1.5. Раздела 1 Главы 5 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 160 (Сто шестьдесят) МРП.

2. Размещение рекламы на бортах:

2.1. Рекламные материалы Лиги для размещения на бортах предоставляются Лигой, монтаж/демонтаж производятся за счет Клуба;

2.2. При разработке и производстве рекламных материалов для размещения на бортах ледовых арен, в обязательном порядке необходим отступ (охранное поле) в 10 см. по всему периметру борта;

2.3. Все рекламные материалы необходимо размещать на белом фоне;

2.4. Допускается использование цветного фона в случаях, если такой логотип является единственной вариацией согласно брендбуку Спонсора/Партнера. Цветной фон в этом случае должен составлять не более 40% от размеров рекламного места, включая отступ в 10 см.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пунктов 2.2., 2.3., 2.4. Раздела 2 Главы 5 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 160 (Сто шестьдесят) МРП.

3. Размещение рекламы на красных и синих линиях разметки на бортах:

3.1. Количество рекламных мест на линиях разметки распределяется между КФХ и Клубами в соответствии с Соглашением о распределении рекламного пространства;

3.2. При разработке и производстве рекламных материалов для размещения на линиях разметки на бортах, в обязательном порядке необходим отступ в 5 см. по всему периметру борта;

3.3. Запрещается размещение рекламных материалов на цветном фоне.

При нарушении или ненадлежащем исполнении клубом Пунктов 3.1., 3.2., 3.3. Раздела 3 Главы 5 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

4. Размещение рекламы на защитных стеклах ледовой площадки:

4.1. Рекламные материалы (стикеры) для защитных стекол производятся за счет КФХ;

4.1. Количество рекламных мест на защитных стеклах распределяется между КФХ и Клубами в соответствии с Соглашением о распределении рекламного пространства (Приложение 1);

4.2. Общее количество мест на стеклах за скамейками запасных игроков – 16, за скамейками оштрафованных игроков – 12;

4.3. Все остальные защитные стекла по периметру арены, являются рекламным пространством КФХ.

5. В случае переноса «домашних» матчей Клуба на ледовую арены, ранее не заявленную клубом в качестве «домашней» перед началом сезона, производство, монтаж/демонтаж рекламных материалов Клуб производит за свой счет.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Раздела 5 Главы 5 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 400 (Четыреста) МРП.

СТАТЬЯ 6. РАЗМЕЩЕНИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ И АУДИО РЕКЛАМЫ НА ТАБЛО И/ИЛИ МЕДИАКУБАХ

1. Клуб обязан воспроизводить рекламные видео или аудиоролики Спонсора/Партнера Чемпионата и/или Кубка в рамках Соглашения о распределении рекламного пространства на медиакубе или информационном табло ледовой арены перед началом и по окончании каждого периода в следующем порядке:

1.1.1. рекламные видеоролики демонстрируются до начала матча и сразу после его окончания;

1.1.2. в перерывах между периодами матча рекламные видеоролики транслируются дважды – сразу по окончании предыдущего периода и непосредственно перед началом следующего периода;

1.1.5. при демонстрации рекламных видеороликов Спонсора/Партнера Чемпионата и/или Кубка на медиакубе или информационном табло не допускается размещение любого стороннего рекламного контента.

2. При отсутствии возможности воспроизведения видеороликов по причине конструктивных особенностей информационного табло, информация о Спонсорах/Партнерах Чемпионата и/или Кубка озвучивается судьей-информатором матча.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом пунктов Главы 6 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 300 (Триста) МРП.

СТАТЬЯ 7. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА ИГРОВОЙ ФОРМЕ ХОККЕИСТОВ И ЭКИПИРОВКЕ СУДЕЙ

1. В срок до 25 июля каждого года Клубы обязаны направлять в КФХ на согласование эскизы игровой формы хоккеистов (свитер, шорты, шлемы, гамашы). После согласования и пошива формы, Клуб обязан предоставить фотоотчет о соответствии распределения рекламного пространства.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 1 Главы 7 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

2. КФХ принадлежат эксклюзивные права на размещение рекламных материалов на экипировке судей.

СТАТЬЯ 8. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ ПАУЗ ВО ВРЕМЯ МАТЧА

1. Во время каждого матча объявляются 5 (пять) рекламных пауз, каждая по 70 секунд.

2. Процедура объявления рекламных пауз:

2.1. Когда подходит время рекламной паузы, судейская бригада, в лице рекламного координатора, включает красный фонарь рекламной паузы;

2.2. После сигнала остановки игры, поданного Главным судьей матча, и при условии выполнения требований пунктов 3 и 6 настоящей статьи, рекламный координатор сообщает телеведущему, что начинается реклама и засекает время;

2.3. Во время рекламных пауз хоккеисты обеих команд должны находиться возле своих скамеек;

2.6. На отметке рекламной паузы в 50 секунд рекламный координатор сообщает Главному судье о подаче свистка игрокам проследовать к месту вбрасывания шайбы;

2.7. На отметке рекламной паузы 65 секунд Линейный судья на вбрасывании получает сигнал от рекламного координатора о продолжении игры;

2.8. На отметке рекламной паузы 70 секунд рекламный координатор выключает красный фонарь рекламной паузы, и матч должен быть возобновлен. К исключениям относятся рекламные паузы, объявляемые в случаях: 1) травмы Хоккеиста, 2) повреждения и/или восстановления игровой зоны (стекло, бортов, защитной сетки), 3) любой нештатной задержки, которая требует дополнительного времени для разрешения ситуации.

3. Все рекламные паузы возможны исключительно при остановке игры в равных составах команд.

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

4.1. Первый период: пауза № 1 – 14.00 минут, пауза № 2 – 8.00 минут. Рекламная пауза за тридцать секунд до окончания первого периода не производится;

4.2. Второй период: пауза № 3 – 14.00 минут, пауза № 4 – 8.00 минут. Рекламная пауза за тридцать секунд до окончания второго периода не производится;

4.3. Третий период: пауза № 5 – с 14.00 минуты до 2.00 минуты. Рекламная пауза за две минуты до окончания третьего периода и в дополнительное время не производится.

5. Рекламная пауза невозможна, когда первая остановка производится по причине заброшенной шайбы или после проброса. В этих случаях рекламная пауза будет объявлена после следующей остановки игры. Если проброс совпадает с наложением штрафа/штрафов, которые влияют на численный состав на льду, рекламная пауза будет объявлена в обычном порядке.

6. 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 взяты 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.

7. Во время рекламных остановок:

7.1. Разрешается производить замену звеньев после того, как Главный судья дает свисток, сигнализирующий командам возвращаться в зону вбрасывания, когда остается 20 секунд до окончания рекламной паузы; данные смены звеньев проводятся по тем же правилам, что и обычная смена звеньев во время остановки игры;

7.2. Командам разрешается за 20 секунд до окончания рекламной паузы запрашивать официальный тайм-аут у Главного судьи после того, как он даст сигнал о возвращении в зону вбрасывания. При этом, главный судья информирует Официального Секретаря Игры о запросе тайм-аута, который будет взят после окончания рекламной паузы.

8. Не позднее 10 числа каждого месяца Клуб обязан направлять в КФХ подробный фотоотчет обо всех рекламных роликах, демонстрировавшихся на табло или медиакубе.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 8 Главы 8 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

СТАТЬЯ 9. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ КЛУБОВ ПРИ ТВ- И ИНТЕРНЕТ-ТРАНСЛЯЦИЯХ

1. Клубы обязаны обеспечивать эксклюзивные права КФХ на организацию любого рода трансляций матча. Не допускать случаев нарушения эксклюзивности прав КФХ.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 1.1 Главы 9 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

1.2. Клубы обязаны обеспечивать для Технического партнера QNF необходимые подключения (электропитание, звуковые и телевизионные коммуникации) телевизионной техники, обеспечивающей трансляцию матчей.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 1.2 Главы 9 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

1.3. Клубы обязаны обеспечивать свободный доступ сотрудников Технического партнера КФХ 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;

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 1.3 Главы 9 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

1.4. не допускать срывов и задержек трансляций матчей.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 1.4 Главы 9 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

СТАТЬЯ 10. ПРЕСС-СЛУЖБА КЛУБА

1. В каждом Клубе необходимо наличие отдела или специалиста, отвечающего за связи с общественностью и СМИ, распространение официальной информации о деятельности Клуба, организацию и проведение интервью, комментариев официальных представителей Клуба, выполнение обязанностей Клуба по аккредитации СМИ.

2. Взаимодействие со СМИ по следующим направлениям:

2.1. организация и проведение мероприятий для СМИ с целью популяризации и освещения Чемпионата и/или Кубка, хоккеистов, Клубов и их достижений, включая пресс-туры, пресс-конференции, маркетинговые кампании и другие виды мероприятий;

2.2. предоставление информации СМИ через сайты КФХ и официальные сайты Клубов, а также путем рассылки официальных пресс-релизов КФХ и Клубов;

3. В обязанности Клуба входит:

3.1. обеспечение работы официального интернет-сайта Клуба с публикациями актуальной информации, оперативное обновление фотогалереи (в течение пятнадцати часов после окончания Матча);

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.1 Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

3.2. обеспечение при проведении любого матча Клуба участия главного тренера команды в послематчевой пресс-конференции, флеш-интервью с хоккеистами команды в микст-зоне после окончания матча, а также интервью с руководством или иными представителями Клуба с аккредитованными СМИ перед матчем при наличии своевременно поданного запроса СМИ на интервью;

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.2 Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП. При повторном нарушении налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

3.2.1 Запрещается во время флеш-интервью в микст-зоне находиться в кадре в верхней одежде, термобелье, в одежде с символикой других лиг. Во время интервью игрок должен быть либо в джерси, либо в мягкой экипировке с логотипами собственного клуба.

3.3. обеспечение наличие баннера (пресс-стены) в местах проведения пред- и послематчевых пресс-конференций с участием тренеров, игроков, руководства КФХ и клубов;

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.3 Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

3.4. обеспечение наличие баннера микст-зоны и зоны для флеш-интервью в местах проведения интервью с хоккеистами; не допущение фактов проведения интервью не на фоне официальных пресс-стен;

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.4 Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

3.5. обеспечение при проведении всех «домашних» матчей и предоставление в КФХ и пресс-службу клуба-«гостя» не позднее 1 часа после завершения пресс-конференции:

3.5.1. видеосъемки игры с интершумом;

3.5.2. фотоотчета о матче (не менее 10 фотографий);

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.5.2 Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП. При повторном нарушении налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

3.5.3. видеосъемки интервью с хоккеистами играющих команд в микст-зоне после завершения матча (в случае проведения таких интервью);

3.5.4. видеосъемки послематчевой пресс-конференции с участием главных тренеров команд;

3.5.5. текстовой записи интервью с хоккеистами играющих команд в микст-зоне после завершения матча (в случае проведения таких интервью) и текстовой записи пресс-конференции в полном объеме по электронной почте;

3.5.6. видеозаписи ключевых моментов игры обеих команд (хайлайты, Highlights) продолжительностью до трех минут, отрывков послематчевой пресс-конференции и интервью с хоккеистами игравших команд в микст-зоне после завершения матча продолжительностью до трех минут (HD – качество, 1280x720).

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пунктов 3.5.1, 3.5.2, 3.5.3, 3.5.4, 3.5.5, 3.5.6 Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

3.6. осуществлять контроль качества прямых Интернет-трансляций «домашних» и «гостевых» матчей Чемпионата совместно с КФХ;

3.7. не допускать публичного распространения, в том числе в СМИ и в Интернете (включая официальные аккаунты Клуба в социальных сетях, личные аккаунты работников Клуба и Хоккеистов), информации и изображений содержащих оскорбительный, провокационный характер в отношении участников, порочащих честь и деловую репутацию участников Чемпионата, судей, инспекторов матчей, Чемпионата, Казахстанской федерации хоккея, а также негативных оценок Спонсоров/Партнеров Чемпионата и/или клубов.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.7 Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 160 (Сто пятьдесят) МРП. При повторном нарушении налагается штраф в размере 300 (Триста) МРП.

3.8 Предоставление командной фотографии клуба. На общекомандной фотографии клуба должен присутствовать полный актуальный состав команды, тренерский штаб, руководитель клуба, медицинский штаб. Фото должно быть предоставлено не позднее, чем за 48 часов до начала сезона.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.8. Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП. При повторном нарушении налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

3.9 Соблюдать актуальность и регулярное обновление индивидуальных портретных фото игроков и тренерского штаба.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3.9. Главы 10 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП. При повторном нарушении налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

СТАТЬЯ 11. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЭТИКА КЛУБОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

1. Клуб обязан иметь официальный Интернет-ресурс (далее – Сайт).

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 1 Главы 11 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 300 (Триста) МРП.

2. Клубы обязаны иметь официальные аккаунты в основных социальных сетях (Instagram, Facebook, VK, YouTube). КФХ и Клубы обязаны регулярно обновлять и администрировать свои официальные аккаунты в соцсетях и не допускать размещения неправомерного контента.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 2 Главы 11 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 100 (Сто) МРП.

3. Клубы обязаны размещать в едином графическом стиле анонсирование матчей, результаты матчей и другой контент, напрямую связанный с участием команды Клуба в Чемпионате/Кубке. Шаблоны Клубам предоставляет КФХ.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 3 Главы 11 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 100 (Сто) МРП.

4. Публикуя свои впечатления, мнения, комментарии и любые другие материалы в соцсетях, сотрудники Клубов несут полную ответственность за последствия своих действий. Работники Клубов несут личную ответственность за любые комментарии и контент, которые могут быть признаны непристойными, оскорбительными, клеветническими, незаконными или посягающими на права третьих лиц.

5. Клубы должны использовать соцсети для создания у болельщика позитивных эмоций от взаимодействия с Клубом и игрой в хоккей. Клубы должны строить свою работу с осознанием факта,

что от их действий зависят имидж и привлекательность клубов, Чемпионата и игры в хоккей среди широкой публики.

6. Клубам запрещается использовать в социальных сетях выражения, изображения и видео, которые оскорбляют, подрывают или ставят под сомнение честь, профессиональные и личные качества судей, КФХ, других клубов и их хоккеистов / представителей / болельщиков.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 6 Главы 11 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 160 (Сто шестьдесят) МРП. При повторном нарушении налагается штраф в размере 300 (Триста) МРП.

СТАТЬЯ 12. ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ

1. После окончания каждого матча Чемпионата/Кубка обязательно должна быть проведена пресс-конференция с участием главных тренеров участвующих в матче команд.

2. Ответственность за организацию и проведение послематчевой пресс-конференции полностью лежит на клубе-«хозяине» матча.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пунктов 1., 2. Главы 12 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

3. Пресс-конференция проводится не позднее чем через 15 минут после окончания матча.

3.1. В зале для пресс-конференций клуб-«хозяин» матча должен обеспечить наличие табличек с указанием участников пресс-конференции, не менее двух бутылок питьевой негазированной воды объемом 0,5 л и не менее двух стаканов.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пунктов 3., 3.1. Главы 12 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

4. Во время участия в пресс-конференции после окончания матча главный тренер команды обязан дать короткий комментарий к прошедшему матчу, а затем, соблюдая нормы корпоративной этики и воздерживаясь от проявления эмоций, ответить на вопросы представителей СМИ. Главный тренер может в вежливой форме отказаться от ответа на вопрос представителя СМИ, либо оставить вопрос без комментариев в случаях:

4.1. вопрос не имеет прямого отношения к игре;

4.2. вопрос не имеет прямого отношения к возглавляемой главным тренером команде;

4.3. вопрос, по мнению тренера, является некорректным, либо провоцирует тренера на комментарии, которые могут нанести ущерб имиджу Чемпионата/Кубка либо участников Чемпионата/Кубка.

6. В случае отсутствия представителей СМИ на матче пресс-секретарю клуба-«хозяина» допускается брать комментарии главных тренеров команд-участниц матча в микст-зоне.

7. Главным тренерам, тренерам, официальным лицам и хоккеистам играющих команд запрещается высказываться в отношении судейства, а также давать комментарии, которые могут нанести ущерб имиджу Чемпионата, участников Чемпионата/Кубка либо КФХ.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 7 Главы 12 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 150 (Сто пятьдесят) МРП.

СТАТЬЯ 13. АККРЕДИТАЦИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СМИ

1. Аккредитация представителей СМИ на официальных мероприятиях КФХ проводится для обеспечения надлежащих условий для профессиональной деятельности представителей СМИ и качественного освещения Чемпионата/Кубка и иных мероприятий КФХ в СМИ, в соответствии с Положением об аккредитации представителей СМИ (Приложение 3).

2. Аккредитация КФХ на Чемпионат является основанием для допуска на все Ледовые арены Чемпионата/Кубка.

3. КФХ имеет право отказать представителю СМИ в аккредитации.

4. Пресс-служба Клуба обязана принять от СМИ заявки на аккредитацию на Чемпионат, и направить в пресс-службу КФХ в срок до 10 августа.

5. Пресс-служба Клуба обязана обеспечить соблюдение требований, предъявляемых к аккредитованному лицу, по требованию КФХ лишать аккредитации представителей СМИ, нарушающих правила.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 5 Главы 13 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

СТАТЬЯ 14. РАБОТА КЛУБОВ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ И БИЛЕТНАЯ ПРОГРАММА

1. Клуб обязан обеспечить для проведения каждого «домашнего» матча команды клуба реализацию билетов (электронных и/или печатных) в строгом соответствии с утвержденным КФХ дизайном входных билетов, включая правила поведения зрителей во время проведения матча.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом пункта 1 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

2. Обеспечить при проведении любого «домашнего» матча основной команды клуба реализацию входных билетов в соответствии с представленной в КФХ до начала Чемпионата билетной программой. Билетная программа должна быть представлена на согласование не позднее 10 августа.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом пункта 2 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

В случае нарушения или ненадлежащего исполнения хоккейным клубом пунктов 1 и 2 Главы 14 настоящего Регламента в течение трех подряд матчей Чемпионата, проводившихся на соответствующем спортсооружении, Отдел по проведению республиканских соревнований вправе запретить проведение матчей Чемпионата на спортсооружении.

3. Обеспечивать при проведении любого «домашнего» матча команды клуба по согласованию с руководством клуба команды-«гостя» предоставление болельщикам команды-«гостя» права выкупа в приоритетном порядке входных билетов (в количестве не более 50-ти билетов) на матч в «гостевой» сектор на трибунах спортсооружения. Команда-«гость» должна подать заявку команде-«хозяину» матча для выкупа входных билетов на матч не позднее чем за 5 рабочих дней до начала матча и произвести оплату за выкуп билетов не позднее, чем за 24 часа до начала матча. В случае не подачи Командой-«гостем» заявки для выкупа билетов и/или не оплаты команде-«хозяину» матча билетов в определенные настоящей статьей сроки, команда-«хозяин» матча производит реализацию входных билетов по своему усмотрению.

При нарушении или ненадлежащем исполнении клубом-«хозяином» матча Пункта 3 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 40 (Сорок) МРП.

В случае нарушения или ненадлежащего исполнения клубом Пункта 3 Главы 14 настоящего Регламента в течение пяти подряд матчей Чемпионата, проводившихся на соответствующем спортсооружении, Отдел по проведению соревнований вправе запретить проведение матчей Чемпионата на спортсооружении.

4. При проведении любого «домашнего» матча команды клуба по заявке клуба команды-«гостя» обеспечивать бесплатно тридцать входных билетов. Данная обязанность должна быть исполнена в случае подачи хоккейным клубом команды-«гостя» не позднее, чем за 48 часов до начала матча, заявки для получения соответствующих входных билетов и вторичного подтверждения необходимости получения указанных билетов не позднее, чем за 5 часов до начала матча.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 4 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 40 (Сорок) МРП.

В случае нарушения или ненадлежащего исполнения хоккейным клубом Пункта 4 Главы 14 настоящего Регламента в течение пяти подряд матчей Чемпионата, проводившихся на

соответствующем спортооружении, Отдел по проведению республиканских соревнований вправе запретить проведение матчей Чемпионата на спортооружении.

5. Клуб обязан предоставить Спонсорам/Партнерам Чемпионата и/или Кубка, билеты на матчи Клуба в количестве не менее 15 шт. Клуб обязан согласовать с КФХ расположение мест (сектор, ряд, место). В течение сезона Клуб не может изменять расположение мест, выделяемых по данной квоте, без согласования с КФХ.

6. Обеспечить при проведении любого «домашнего» матча команды клуба на спортооружении:

- музыкальное заполнение перерывов и естественных остановок во время матча, организацию развлекательных программ для зрителей;
- продажу для зрителей хоккейной атрибутики, символики, сувениров, полиграфической продукции, включая продажу продукции, предоставленной КФХ;
- буфетное обслуживание зрителей;

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 6 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП. В случае нарушения или ненадлежащего исполнения хоккейным клубом Пункта 6 Главы 14 Регламента в течение пяти подряд матчей Чемпионата, проводившихся на соответствующем спортооружении, Отдел по проведению республиканских соревнований вправе запретить проведение матчей Чемпионата на спортооружении.

7. Обеспечить при проведении любого «домашнего» матча команды клуба надлежащий контроль пропуска зрителей на трибуны спортооружения, предусматривающий запрет проноса на трибуны стеклянной тары, пластиковых бутылок, оружия, режущих и колющих предметов, крупногабаритных предметов (за исключением предметов атрибутики).

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 7 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

В случае если нарушение или ненадлежащее исполнение хоккейным клубом Пункта 7 Главы 14 настоящего Регламента привело к выбросу посторонних предметов на хоккейную площадку, на хоккейный клуб налагается дополнительный штраф в размере 40 (Сорок) МРП.

В случае если нарушение или ненадлежащее исполнение хоккейным клубом Пункта 7 Главы 14 настоящего Регламента привело к нанесению ущерба здоровью одного или нескольких зрителей матча или участников матча, на хоккейный клуб налагается дополнительный штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

8. Обеспечить при проведении любого «домашнего» матча команды клуба надлежащий контроль пропуска зрителей на трибуны спортооружения, предусматривающий запрет прохода на трибуны лиц, находящихся в состоянии алкогольного или наркотического опьянения.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 8 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

В случае если нарушение или ненадлежащее исполнение хоккейным клубом Пункта 8 Главы 14 настоящего Регламента привело к нанесению ущерба здоровью одного или нескольких зрителей матча или участников матча, на хоккейный клуб налагается дополнительный штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

9. Обеспечить при проведении любого «домашнего» матча команды клуба надлежащий контроль соблюдения порядка на трибунах спортооружения, пресечение случаев неуважительного поведения зрителей по отношению к участникам и зрителям матча, включая судей и инспекторов матча, запрет курения внутри спортооружения.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 9 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

В случае если нарушение или ненадлежащее исполнение хоккейным клубом Пункта 9 Главы 14 настоящего Регламента привело к нанесению ущерба здоровью одного или нескольких зрителей матча или участников матча, на хоккейный клуб налагается дополнительный штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

10. Обеспечивать при проведении любого «домашнего» матча команды клуба удаление со спортсооружения зрителей, нарушающих правила поведения зрителей во время проведения матча.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 10 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

В случае если нарушение или ненадлежащее исполнение хоккейным клубом Пункта 10 Главы 14 настоящего Регламента привело к нанесению ущерба здоровью одного или нескольких зрителей матча или участников матча, на хоккейный клуб налагается дополнительный штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

11. Обеспечить при проведении любого «домашнего» матча команды клуба нераспространение призывов оскорбительного характера, любой непроверенной информации, а также информации о дополнительных призах и денежных вознаграждениях, стимулирующих одну из играющих команд, до начала матча, в ходе его проведения, в перерывах и до момента покидания последним хоккеистом хоккейной площадки.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 11 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

В случае если нарушение или ненадлежащее исполнение хоккейным клубом Пункта 11 Главы 14 настоящего Регламента привело к нанесению ущерба здоровью одного или нескольких зрителей матча или участников матча, на хоккейный клуб налагается дополнительный штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

12. Не допускать при проведении «домашних» матчей команды клуба на спортсооружении любого вида подстрекательств зрителей к беспорядкам и проявлениям агрессии.

При нарушении или ненадлежащем исполнении хоккейным клубом Пункта 12 Главы 14 настоящего Регламента на хоккейный клуб налагается штраф в размере 90 (Девяносто) МРП.

В случае если нарушение или ненадлежащее исполнение хоккейным клубом Пункта 12 Главы 14 настоящего Регламента привело к нанесению ущерба здоровью одного или нескольких зрителей матча или участников матча, на хоккейный клуб налагается дополнительный штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

13. В случае нарушения общественного порядка во время проведения «домашнего» матча команды хоккейного клуба, возникновения беспорядков или хулиганских действий со стороны зрителей, бросания на хоккейную площадку или скамейку оштрафованных хоккеистов или на скамейку запасных хоккеистов посторонних предметов на клуб налагается штраф в размере 130 (Сто тридцать) МРП.

В случае повторения указанных происшествий во время проведения более трех «домашних» матчей команды хоккейного клуба Отдел по проведению республиканских соревнований вправе запретить проведение матчей Чемпионата на соответствующем спортсооружении.

СТАТЬЯ 15. ТРЕБОВАНИЕ К ФОТО-ВИДЕО МАТЕРИАЛАМ ПРЕСС-СЛУЖБ

1. Требование к фотографиям

1. Портретная фотография

Портретная фотография игрока должна быть предоставлена строго в «домашней» цветовой палитре, соотношение сторон 3x4, на белом фоне, раскадровка фото производится по нижнюю часть нагрудного логотипа команды, а также должна иметь пространство по вертикали, фотография сделана в «фас», игрок смотрит прямо, не обрезаны руки/плечи. Фото предоставляется в 2 форматах (jpg, png) путем загрузки в облачный сервис КФХ, наименование фото по строго заданному формату. Фото должно соответствовать требованиям, указанным в Приложении №4

2. Командная фотография

Командная фотография должна быть выполнена строго на домашней арене, игроки выстроены в 3 ряда, кадр крупный, раскадровка максимальная, без лишнего «воздуха», отсутствие большого количества льда в кадре, ярко выраженный передний фон. Фото предоставляется в 2 форматах (tiff, jpg) путем загрузки в облачный сервис КФХ, минимальное разрешение 4000x6000 пикселей. Фото должно соответствовать требованиям, указанным в Приложении №4

На фото должны присутствовать:

- 1) Полный актуальный состав команды
- 2) Тренерский штаб, медицинский персонал и персонал команды
- 3) Руководство клуба

3. Игровая фотография (динамика)

Динамическая (игровое фото в динамике) фотография должна предоставляться в пресс-службу КФХ после 1 или 2 периода матча в количестве 10 (десяти) штук в обработанном формате. Дополнительно, в течение 15 (пятнадцати) часов после завершения матча, пресс-служба клуба должна опубликовать не менее 40 (сорока) фотографий на своем официальном сайте или же социальных сетях для использования пресс-службами команд-соперников и представителей медиа. Постоянная актуализация личных папок с игровыми фотографиями игроков в облачном хранилище. Предоставлять фото в формате JPG. Фото должно соответствовать требованиям, указанным в Приложении №4

4. Фото для ТВ-продакшена и ТВ-графики

Фото для ТВ-продакшена должно быть предоставлено по разработанному шаблону в формате png. Разработанный шаблон загружен в облачное хранилище пресс-службы. Наименование файла должно быть содержать информацию строго заданного формата и соответствовать сайту лиги. В случае появления нового игрока или персонала команды (тренерский штаб, сотрудник), фото должно быть загружено Фото должно соответствовать требованиям, указанным в Приложении №4

2. Требование к видеointервью

Видеointервью должно быть записано и выпущено согласно требованиям:

- 1) Запись флэш и послематчевого интервью с игроками и тренерским штабом ведется строго во флэш-зоне на фоне лиги, который утверждается с отделом маркетинга и PR КФХ
- 2) В обязательном порядке исключить посторонние шумы, такие как работа ледовозаливочного комбайна, борторезки и чистильщика льда.
- 3) При монтаже, на готовом продукте необходимо использовать плашки, на которых будут указаны данные игрока, клуб, логотипы титульного партнёра лиги и другая информация, которая будет утверждена отделом по маркетинга и PR.
- 4) Запись звука производится на звукозаписывающие устройства, диктофоны, ресиверы с использованием петличных или репортёрских микрофонов.
- 5) Видеоматериал предоставляется пресс-службе КФХ в видео и текстовом форматах, а также необходимо приложить фотографию игроков и тренеров, дававших интервью.
- 6) Во время флэш-интервью в микст-зоне находиться в кадре в верхней одежде, термобелье, в одежде с символикой других лиг. Во время интервью игроки и тренеры должны быть либо в джерси, либо в мягкой экипировке с логотипами собственного клуба.

СТАТЬЯ 16. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕИСПОЛНЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ РЕГЛАМЕНТА ПО МАРКЕТИНГУ, РЕКЛАМЕ И PR

5. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения требований Регламента по маркетингу, рекламе и PR на Клуб могут быть наложены денежные штрафы в соответствии с Приложением 2.

6. Все наложенные денежные штрафы должны быть оплачены в КФХ в срок, указанный в официальном письме-требовании об оплате.

7. Все положения (порядок оказания услуг, размер сумм, порядок расчета, сроки, ответственность сторон, штрафные санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение указанных выше требований, и т.д.), не предусмотренные настоящим Регламентом по маркетингу, рекламе и PR, регулируются Договорами между КФХ и Клубами.

СОГЛАШЕНИЕ О РАСПРЕДЕЛЕНИИ РЕКЛАМНОГО ПРОСТРАНСТВА

Казахстанская федерация хоккея имеет право блокировать категории бизнеса и услуг для обеспечения эксклюзивности привлеченных спонсоров/партнеров Чемпионата/Кубка, в их сферах деятельности. В случаях блокирования категорий КФХ направляет в Клубы официальное письмо с уведомлением и списком заблокированных категорий (стоп-лист). Казахстанская федерация хоккея имеет право отказать в согласовании спонсоров/партнеров Клуба при пересечении по категориям, зарезервированным за КФХ.

1. Рекламные места на игровой форме хоккеистов и «домашних» ледовых аренах Клубов разделяются между КФХ и Клубом в соответствующих квотах.
 - 1.2. Форма Судей (шлем, судейский свитер) является исключительным рекламным местом для размещения рекламных материалов КФХ.
2. Распределение мест на игровой форме хоккеистов
 - 2.1. За КФХ закрепляются следующие места:
 - 2.1.1. фронтальная поверхность игрового шлема (8,6x4,5 см);
 - 2.1.2. задняя часть игрового шлема (10x6 см);
 - 2.1.3. правая часть на груди игрового свитера (10x3 см);
 - 2.1.4. правый и левый рукава на игровом свитере (12x20 см);
 - 2.1.6. задняя часть игрового свитера под номером (70x25 см);
 - 2.1.7. хоккейные шорты с передней стороны (2 места 18x18 см).
 - 2.2. За Клубом закрепляются следующие места:
 - 2.2.1. боковая поверхность игрового шлема с обеих сторон (10x4,5 см);
 - 2.2.2. плечи игрового свитера (18x18 см);
 - 2.2.3. задняя часть игрового свитера над номером (10x3 см);
 - 2.2.4. передняя часть игрового свитера под логотипом Клуба (70x25 см);
 - 2.2.5. хоккейные шорты с боковой/задней стороны (2 места 16x16 см).
3. Квоты на рекламные пространства КФХ и Клубов на игровой форме хоккеистов являются независимыми друг от друга (кроме случаев пересечения по товарным категориям – стоп-лист), и могут заполняться в любое время по ходу сезона.
4. Распределение мест на ледовой поверхности арен Клубов.
 - 4.1. За КФХ закрепляются следующие места:
 - 4.1.1. 4 (четыре) рекламных модуля между синими и красными линиями и кругами вбрасывания в конечных зонах (600x600 см каждое);
 - 4.1.2. 1 (один) рекламный модуль между синей линией и воротами (1200x250 см);
 - 4.1.3. 2 (два) рекламных модуля между красной и синей линиями по диагонали от центрального круга вбрасывания (500x500 см каждое);
 - 4.1.4. 2 (два) модуля между кругами для вбрасывания в конечных зонах (500x500 см каждое);
 - 4.1.5. 2 (два) рекламных модуля за воротами в конечных зонах (500x250 см каждое).
 - 4.2. За Клубом закрепляются следующие места на «домашней» арене:
 - 4.2.1. 4 (четыре) рекламных модуля между синими и красными линиями и кругами вбрасывания в конечных зонах (600x600 см каждое);
 - 4.2.2. 1 (один) рекламный модуль между синей линией и воротами (1200x250 см);
 - 4.2.3. 2 (два) рекламных модуля между кругами для вбрасывания в конечных зонах (500x500 см каждое);
 - 4.2.4. 2 (два) места за воротами в конечных зонах (500x250 см каждое).
5. Распределение рекламных мест на линиях разметки (на бортовых пространствах)
 - 5.1. размер одного рекламного места на линиях разметки составляет 30x100 см;

- 5.2. графический макет рекламного материала должен быть изготовлен с учетом отступа по всему периметру линии разметки, равного 5 см;
- 5.3. количество рекламных мест на линиях разметки – 6 шт.;
- 5.4. рекламные материалы размещаются на синих и красной линиях без использования цветных подложек согласно утвержденной схеме размещения.
6. Центральный круг вброса является исключительным местом для размещения логотипа Клуба.
7. Рекламные материалы на ледовой поверхности должны обеспечивать полную видимость хоккейной разметки согласно официальных Правил игры в хоккей.
8. Порядок использования рекламных квот на бортах ледовых арен с указанием конкретных мест как в зоне видимости телекамер, так и вне ее, КФХ направляет в Клуб не позднее чем за 2 недели до начала сезона. Квота Клуба составляет не менее 50% от общего количества рекламных бортов.
- 8.1. В случае отсутствия возможности использовать полностью свою квоту Клуба на бортах ледовых арен, Клуб обязан предоставить возможность временного размещения на указанных местах рекламных материалов КФХ.
9. Рекламные материалы на ледовой поверхности и бортах должны иметь белый фон.
10. КФХ за свой счет изготавливает и передает в Клубы рекламные материалы в рамках соответствующей квоты для размещения на элементах игровой формы и шлемах, а также защитных стеклах.
11. Изготовление и размещение рекламных материалов для бортов и ледовой поверхности производится за счет средств Клуба.
12. Распределение мест на льдозаливочной машине.
 - 12.1. За КФХ закрепляются места на передней и верхней частях машины (60x30 см)
 - 12.2. За Клубом закрепляются места на бортах машины (60x30 см)
13. Распределение рекламных мест на защитных стеклах по периметру ледовой площадки
 - 13.1. За КФХ закрепляется размещение не менее 25 (двадцати пяти) стикеров/наклеек
 - 13.2. За Клубом закрепляется размещение не менее 15 (пятнадцати) стикеров/наклеек
 - 13.3. Распределение рекламных мест на защитных стеклах скамеек запасных игроков
 - 13.4. За КФХ закрепляется размещение не менее 4 (четырёх) стикеров/наклеек
 - 13.5. За Клубом закрепляется размещение не менее 4 (четырёх) стикеров/наклеек
 - 13.3. Распределение рекламных мест на защитных стеклах скамеек штрафников
 - 13.4. За КФХ закрепляется размещение не менее 3 (трех) стикеров/наклеек
 - 13.5. За Клубом закрепляется размещение не менее 3 (трех) стикеров/наклеек
14. Распределение рекламных мест на пресс-стенах микст-зоны и залах пресс-конференций
 - 14.1. За КФХ закрепляется 75% рекламного пространства
 - 14.2. За Клубом закрепляется 25% рекламного пространства
15. Распределение рекламных мест на интернет-ресурсах
 - 15.1. За КФХ закрепляется право размещения на официальных сайтах клубов не менее 3 (трех) рекламных модулей
 - 15.2. За Клубом закрепляется право размещения на собственном официальном сайте на неограниченное количество рекламных модулей не входящих в категории стоп-листа.
16. Распределение рекламных мест на предметчевых программках Клубов
 - 16.1. За КФХ закрепляется право размещения не менее 3 (трех) рекламных модулей
 - 16.2. За Клубом закрепляется право размещения на неограниченное количество рекламных модулей не входящих в категории стоп-листа.
17. Взаимодействие Клубов по вопросам, связанных с рекламной деятельностью, осуществляется с отделом маркетинга КФХ.

Схема распределения рекламного пространства на ледовых покрытиях и бортах

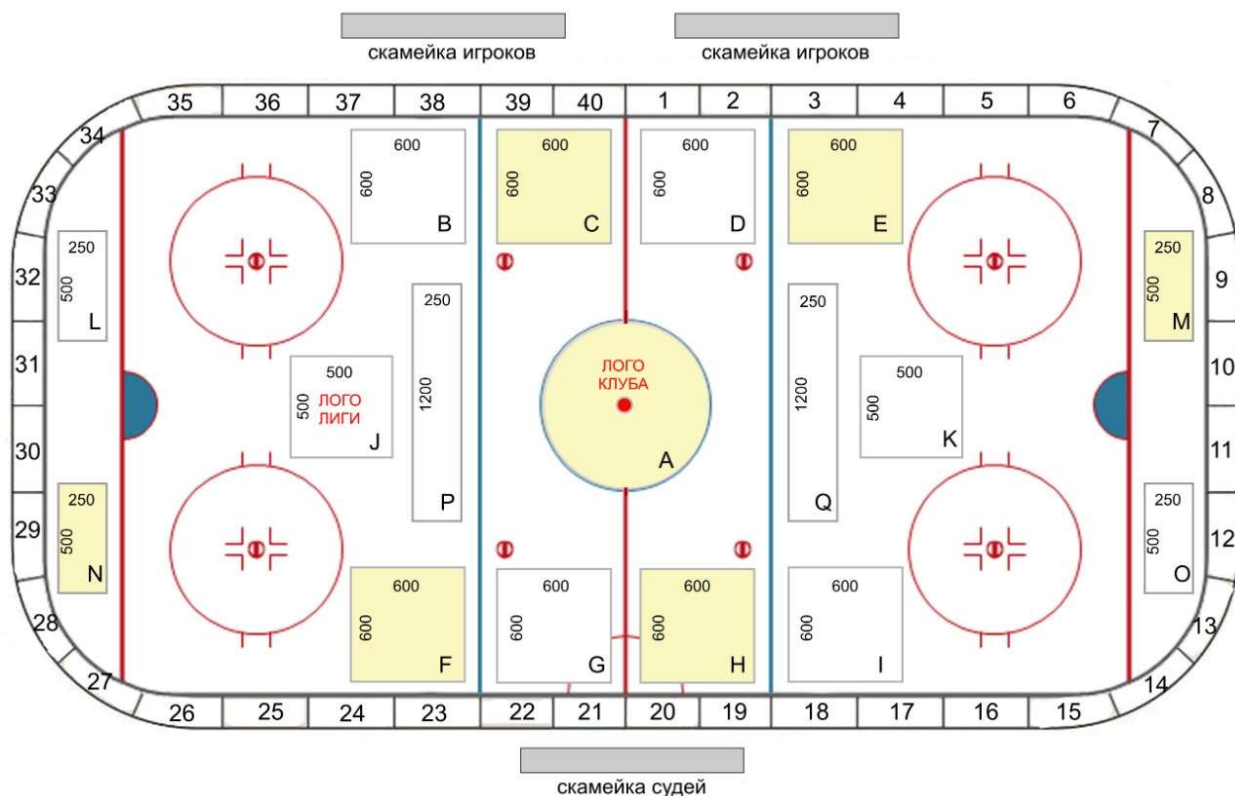


Рисунок 1. Желтый – рекламные пространства Клуба, белый – рекламные пространства КФХ

Схема распределения рекламного пространства на игровой форме и шлемах

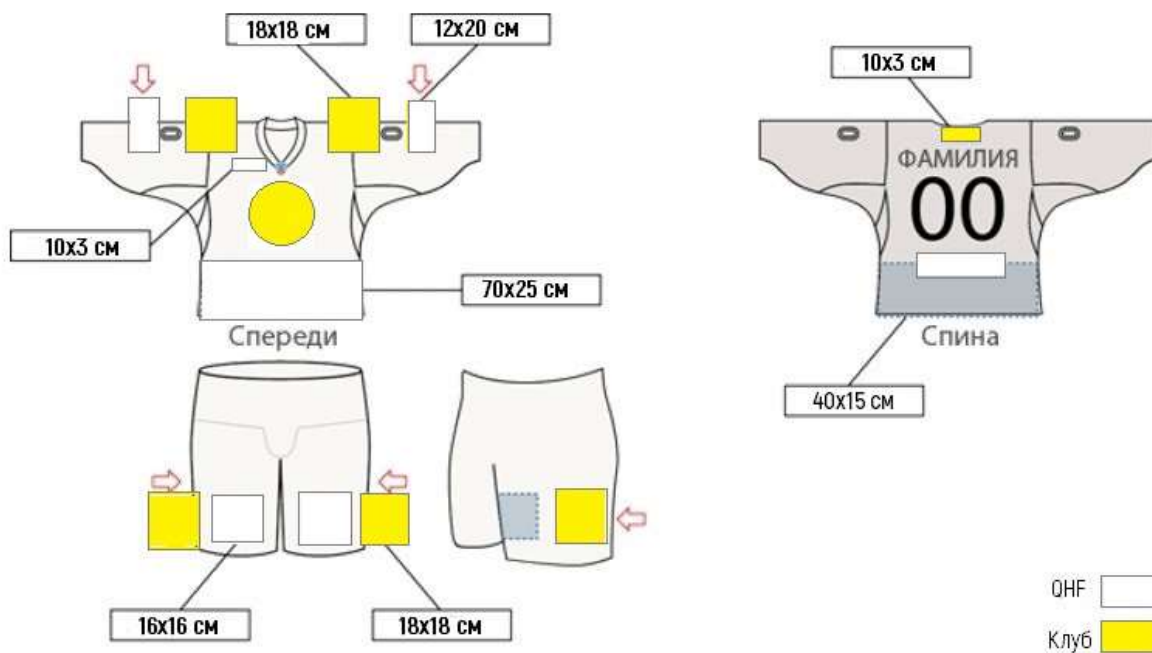


Рисунок 2. Желтый – рекламные пространства Клуба, белый – рекламные пространства КФХ

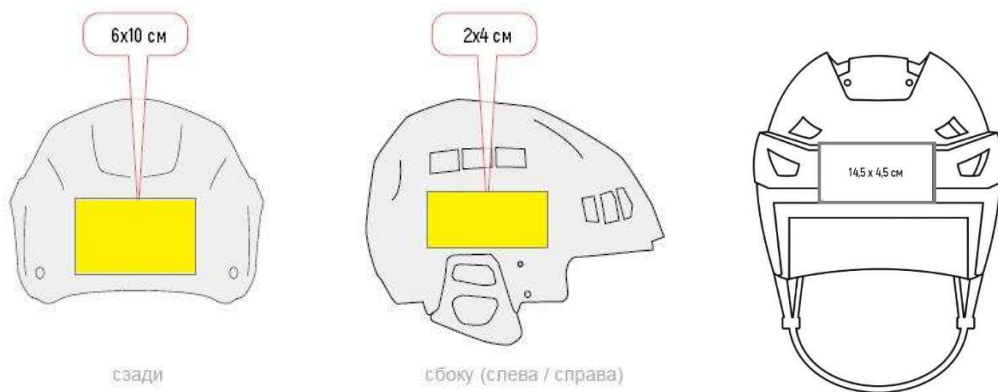


Рисунок 3. Желтый – рекламные пространства Клуба, белый – рекламные пространства КФХ

Схема распределения рекламного пространства на защитных стеклах

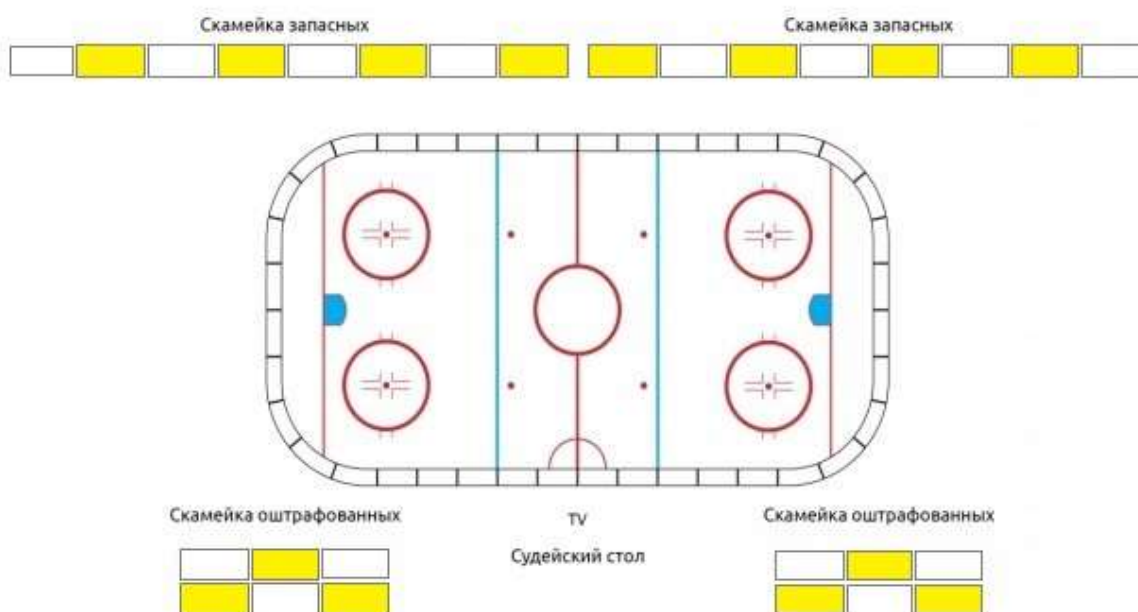


Рисунок 4. Желтый – рекламные пространства Клуба, белый – рекламные пространства КФХ

Схема распределения рекламного пространства на льдозаливочных машинах



Рисунок 5. Желтый – рекламные пространства Клуба, белый – рекламные пространства КФХ

Схема распределения рекламного пространства на пресс-стенах



Рисунок 6. Желтый – рекламные пространства Клуба, белый – рекламные пространства КФХ

Внимание! Верхний край баннеров микст-зоны и зоны для флеш-интервью должен быть расположен на высоте не менее 2,5 м от пола.

Ответственность за нарушения положений Регламента по маркетингу, рекламе и PR

№ п/п	Основание	Вид дисциплинарного нарушения	Санкция
1	СТАТЬЯ 4. Пункты 1, 2, 3.	Нарушение положений Соглашения о распределении рекламного пространства	Штраф 400 МРП
2	СТАТЬЯ 4, Пункт 4	Непредоставление материалов подтверждающих исполнение обязательств по Соглашению о распределении рекламного пространства	Штраф 90 МРП
3	СТАТЬЯ 4, Пункт 7	Ненадлежащий монтаж/демонтаж рекламных материалов предоставленных КФХ	Штраф 90 МРП
4	СТАТЬЯ 4, Пункт 9	Запись послематчевых интервью в микст-зоне не на фоне официальной пресс-стены	Штраф 90 МРП
5	СТАТЬЯ 4, Пункт 10	Отсутствие логотипа Чемпионата и Генерального спонсора на материалах Клуба указанных в настоящем Регламенте	Штраф 150 МРП
6	СТАТЬЯ 4, Пункт 11	Непредоставление площадей домашней арены для организации и проведения BTL мероприятий	Штраф 90 МРП
7	СТАТЬЯ 4, Пункт 12	Непредоставление возможности вручения призов Лучшим игрокам матча представителями Спонсора/Партнера Чемпионата	Штраф 90 МРП
8	СТАТЬЯ 4, Пункт 13	Отсутствие надлежащего контроля за состоянием рекламных материалов	Штраф 90 МРП
9	СТАТЬЯ 4, Пункт 14	Непредоставление возможности интеграции промо-активностей Спонсоров/Партнеров Чемпионата в развлекательные программы в перерывах матчей	Штраф 130 МРП
10	СТАТЬЯ 4, Пункт 15	Непредоставление хоккеистов и/или тренеров для участия в BTL – мероприятиях Лиги и/или Спонсоров	Штраф 150 МРП
11	СТАТЬЯ 4, Пункт 16	Непредоставление доступа к местам размещения всех рекламных материалов	Штраф 90 МРП
12	СТАТЬЯ 5, Раздел 1, Пункты 1.3, 1.4, 1.5	Ненадлежащее размещение рекламных материалов на ледовой поверхности	Штраф 160 МРП
13	СТАТЬЯ 5, Раздел 2, Пункты 2.2, 2.3, 2.4	Ненадлежащее размещение рекламных материалов на бортах	Штраф 160 МРП
14	СТАТЬЯ 5, Раздел 2, Пункты 2.2, 2.3, 2.4	Ненадлежащее размещение рекламных материалов на красной и синих линиях на бортах	Штраф 130 МРП
15	СТАТЬЯ 5, Раздел 4, Пункт 5	Неисполнение обязательство по производству и размещению рекламы, в	Штраф 400 МРП

		случае переноса домашних матчей на ранее не заявленную арену	
16	СТАТЬЯ 6, Пункты 1, 2	Неисполнение и/или ненадлежащее исполнение требований по размещению аудио и видео-рекламы	Штраф 400 МРП
17	СТАТЬЯ 7, Пункт 1	Непредоставление на согласование эскизов игровой формы с макетами рекламы на ней	Штраф 130 МРП
18	СТАТЬЯ 8, Пункт 8	Нарушение сроков предоставления фотоотчета обо всех рекламных роликах на табло или медиакубе	Штраф 150 МРП
19	СТАТЬЯ 9, Пункт 1	Нарушение эксклюзивности прав КФХ на все виды трансляций матчей Чемпионата/Кубка	Штраф 150 МРП
20	СТАТЬЯ 9, Пункт 1.2.	Необеспечения необходимых подключений телевизионной техники для осуществления трансляций матчей	Штраф 150 МРП
21	СТАТЬЯ 9, Пункт 1.3.	Необеспечение свободного доступа сотрудников Технического партнера QHF к их рабочим местам на аренах	Штраф 90 МРП
22	СТАТЬЯ 9, Пункт 1.4.	Срывы и задержки трансляций матчей	Штраф 150 МРП
23	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.1.	Отсутствие актуальной информации на официальном сайте Клуба	Штраф 130 МРП
24	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.2.	Необеспечение участия главного тренера в послематчевой пресс-конференции	Штраф от 90 до 150 МРП
25	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.3.	Отсутствие баннера (пресс-стены) в местах проведения пред- и послематчевых пресс-конференций с участием тренеров, игроков, руководства КФХ и клубов	Штраф 150 МРП
26	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.4.	Отсутствие баннера (пресс-стены) в микст-зоне и/или интервью не на фоне пресс-стены	Штраф 150 МРП
27	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.5.1, 3.5.2, 3.5.3, 3.5.4, 3.5.5, 3.5.6.	Непредоставление материалов с послематчевой пресс-конференции	Штраф 150 МРП
28	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.7.	Публичное распространение контента порочащего честь и деловую репутацию участников Чемпионата, судей, инспекторов матчей, Чемпионата, КФХ, а также негативных оценок спонсоров (партнеров, рекламодателей)	Штраф от 160 МРП до 300 МРП
29	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.8.	Непредоставление командной фотографии клуба	Штраф от 90 до 150 МРП
30	СТАТЬЯ 10, Пункт 3.9.	Несоблюдение актуального обновления индивидуальных фото игроков и тренерского штаба	Штраф от 90 до 150 МРП
31	СТАТЬЯ 11, Пункт 1.	Отсутствие официального сайта Клуба	Штраф 300 МРП
32	СТАТЬЯ 11, Пункт 2.	Отсутствие официальных аккаунтов в социальных сетях	Штраф 100 МРП
33	СТАТЬЯ 11, Пункт 3.	Игнорирование единого графического стиля Лиги	Штраф 100 МРП

34	СТАТЬЯ 11, Пункт 6.	Использование в соцсетях недопустимого контента порочащего честь участников Чемпионата/Кубка	Штраф от 160 до 300 МРП
35	СТАТЬЯ 12, Пункты 1., 2.	Ненадлежащее исполнение обязанностей по проведению послематчевой пресс-конференции	Штраф 130 МРП
36	СТАТЬЯ 12, Пункт 3.1.	Отсутствие на послематчевой пресс-конференции табличек спикеров и питьевой воды для них	Штраф 90 МРП
37	СТАТЬЯ 12, Пункт 7.	Негативные высказывания, игроком, главным тренером, представителем Клуба в адрес судейства и участников Чемпионата/Кубка	Штраф 150 МРП
38	СТАТЬЯ 13, Пункт 5.	Несоблюдение требований Правил аккредитации СМИ	Штраф 90 МРП
39	СТАТЬЯ 14, Пункты 1-5	Несоблюдение требований билетной программы	Штраф от 40 до 130 МРП
40	СТАТЬЯ 14, Пункты 6-13	Несоблюдение требований по работе с болельщиками/зрителями	Штраф от 40 до 130 МРП

Положение об аккредитации представителей средств массовой информации

1. К аккредитации на официальных мероприятиях Чемпионата/Кубка допускаются представители СМИ с действующим редакционным удостоверением.
2. Аккредитация является основанием для доступа аккредитованного представителя СМИ для работы в зонах Ледовых арен, указанных в аккредитационной карте.
3. Аккредитованный представитель СМИ имеет право:
 - 3.1. посещать матчи Чемпионата, освящать процесс подготовки и организации матчей Чемпионата и другие официальные мероприятия КФХ, связанные с проведением Чемпионата;
 - 3.2. пользоваться для выполнения своих профессиональных обязанностей местами на трибунах спортивного сооружения для СМИ, пресс-центром и микст-зоной;
 - 3.3. запрашивать у хоккейных клубов и КФХ информацию, необходимую для выполнения своих профессиональных обязанностей в рамках законодательства о средствах массовой информации;
 - 3.4. участвовать в послематчевой пресс-конференции с обязательным участием главных тренеров команд, участвовавших в матче.
 - 3.5. иметь при себе на спортивном сооружении звукозаписывающую, видео- и фототехнику.
 - 3.6. осуществлять фото- и видеосъемку хоккеистов, тренеров и иных должностных лиц Клубов в смешанной зоне (микст-зоне) и на пресс-конференциях внутри спортивного сооружения исключительно на фоне фонового банера КФХ. Нарушение правил фото- и видеосъемки является основанием для лишения соответствующего представителя СМИ аккредитации.
4. Аккредитованный журналист обязан:
 - 4.1. при осуществлении профессиональной деятельности уважать права, законные интересы, честь и достоинство участников Чемпионата;
 - 4.2. проверять достоверность сообщаемой им информации;
 - 4.3. удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании ее источника, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;
 - 4.4. предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по запросу сотрудников Клуба и/или Ледовой арены редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста;
 - 4.5. не распространять не соответствующие действительности сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию сотрудников КФХ, хоккейных клубов, всех участников Чемпионата;
 - 4.6. не использовать свои профессиональные возможности в целях сокрытия информации или фальсификации общественно-значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся СМИ. Журналист несет также иные обязанности, установленные законодательством РК о СМИ.
5. Аккредитация СМИ, производится отделом по связям с общественностью КФХ и/или Клуба до начала сезона и в течение срока его проведения на основании обращений редакций СМИ.
6. Аккредитация носит индивидуальный характер (за исключением технических аккредитаций). Передача аккредитационной карты другому представителю СМИ для посещения официальных мероприятий Чемпионата не допускается. В случае нарушения данного правила аккредитационная карта изымается, а представитель СМИ лишается аккредитации.
7. Для оформления аккредитации СМИ необходимо в срок не позднее 1 августа отправить в адрес Клуба, на домашние матчи которого оформляется аккредитация, письмо с данными СМИ и каждого сотрудника, рекомендованного к аккредитации, Клуб дублирует данное письмо в пресс-службу КФХ;
8. Макеты аккредитационных карт предоставляются пресс-службой КФХ и в электронном виде направляются в Клубы.

9. Пресс-служба хоккейного клуба оформляет аккредитационную карту следующим образом: распечатывает, ламинирует, обеспечивает ланьярдами для удобства ношения, затем передает аккредитованному представителю СМИ.
10. В отношении журналистов, не получивших постоянные аккредитации на текущий сезон, допускается оформление в клубах разовых пропусков на матчи. В таких случаях журналист, желающий посетить матч команды, должен обратиться с официальным запросом в пресс-службу соответствующего клуба, которая в свою очередь обязана проинформировать об этом пресс-службу КФХ. При отсутствии возражений против аккредитации обратившегося представителя СМИ со стороны отдела по связям с общественностью КФХ, клуб выдает ему разовую аккредитацию.
11. В случае утраты аккредитации на текущий спортивный сезон представитель СМИ должен незамедлительно проинформировать об этом выдавшую аккредитацию организацию. Новая аккредитация выдается после официального запроса данной организации в КФХ.
12. Аккредитация журналиста СМИ прекращается в случае:
- 12.1. прекращения трудовых или иных договорных отношений аккредитованного журналиста с редакцией СМИ;
 - 12.2. истечения срока аккредитации;
 - 12.3. в случае прекращения трудовых или иных договорных отношений аккредитованного журналиста с редакцией СМИ либо отзыва его по решению редакции СМИ, редакция СМИ обязана сообщить об этом в КФХ и вернуть аккредитационное удостоверение, после чего аккредитация данного лица прекращается. Редакция СМИ имеет право подать заявку на аккредитацию другого журналиста.
13. Представитель СМИ может быть лишен аккредитации с изъятием аккредитационного удостоверения в случае, если им или редакцией СМИ нарушены правила Регламента, а также правила порядка работы СМИ на официальных мероприятиях КФХ, распространены не соответствующие действительности сведения, подрывающие деловую репутацию КФХ, а также порочащие честь, достоинство и деловую репутацию сотрудников КФХ, хоккейных клубов, хоккеистов, тренеров, судей, других участников Чемпионата.
14. Представитель СМИ, лишенный аккредитации, обязан сдать аккредитационное удостоверение в отдел по связям с общественностью КФХ или в выдавший его хоккейный клуб в течение трех дней с момента получения решения о лишении аккредитации.



Требования к фотоматериалу, предоставляемого в пресс-службу КФХ.

1. Портретная фотография

Пример правильной (положительной) портретной фотографии	Описание, характеристики и требования
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соотношение сторон: 3x4; 2. Игровая форма: «домашняя»; 3. Темная, контрастирующая с однотонным светлым фоном отсутствие теней; 4. Раскадровка фото производится по нижнюю часть нагрудного логотипа команды, а также должна иметь пространство по вертикали; 5. Фотография сделана в «фас», игрок смотрит прямо; 6. Не обрезаны руки/плечи;
Пример не правильной (отрицательной) портретной фотографии	Описание, характеристики и требования
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствует однотонный фон, 2. обрезан логотип, руки за спиной
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полуоборот – формат фото не в «фас» 2. Скрещенные руки

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Обрезаны руки, 2. Деформирован логотип
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Присутствуют тени, обрезаны руки 2. Деформирован логотип, не ровная зона воротника
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Серый фон с присутствием теней
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Выездная форма 2. Серый фон 3. Деформирован логотип
<ol style="list-style-type: none"> 1. В наименовании файла прописывать фамилию и имя игрока, его игровой номер Пример: <i>Фамилия Имя, №77;</i> 2. Регулярно обновлять портретные фото игроков (редактировать актуальные) сразу после изменений в составе команды (в облачном хранилище). 		

2. Командная фотография


Пример правильной (положительной) командной фотографии	Описание, характеристики и требования
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Крупный кадр команды; 2. Фотография предоставляется в любой «домашней» форме; 3. Минимальное количество льда; 4. Ярко выраженный передний фон; 5. Использование трехрядного расположения игроков;
Пример не правильной (отрицательной) командной фотографии	Описание, характеристики и требования
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Много «воздуха» и «льда» в кадре; 2. Слишком темный задний фон; 3. Заваленный «горизонт» 4. Использование плохого освещения; 5. Дальний кадр
<p>Командная фотография должна быть выполнена строго на домашней арене, игроки выстроены в 3 ряда, кадр крупный, раскадровка максимальная, без лишнего «воздуха», отсутствие большого количества льда в кадре, ярко выраженный передний фон. Фото предоставляется в 2</p>	

форматах (tiff, jpg) путем загрузки в облачный сервис КФХ, минимальное разрешение 4000x6000 пикселей.

На фото должны присутствовать:

- 4) Полный актуальный состав команды
- 5) Тренерский штаб, медицинский персонал и персонал команды
- 6) Руководство клуба

3. Игровая фотография (динамика)

Пример правильной (положительной) игровой фотографии	Описание, характеристики и требования
	<ol style="list-style-type: none">1. Игровой момент;2. Яркое, четкое фото;3. Динамичный кадр;4. На фото присутствуют игроки обеих команд;5. Игроки «лицом» в кадр;6. Правильная раскадровка (отсутствие лишнего воздуха).
	7. Индивидуальные фото во время



матча для нужд пресс-служб играющих команд и размещения в личном профиле игрока на сайте лиг

Пример не правильной (отрицательной) игровой фотографии

Описание, характеристики и требования



1. Фотографии с момента вбрасывания нединамичны и эстетически некрасивы.



2. Позиция для фотосъемки матча сверху невыгодна: игроки на таких фотографиях выглядят несуразно и непропорционально.



3. Индивидуальные фото игроков с матча неинформативны. Глядя на фото, зритель должен понимать, какая команда была соперником в матче, запечатленном на снимке.



4. Спины игроков – неудачный кадр

5. Отсутствует правильная раскадровка, т.е. много лишнего «воздуха»

6. Шум на снимке, темные;
7. Необработанные фотографии;
8. Отсутствие фокуса;
9. Неинформативные снимки не являются интересными, как



для зрителя, так и для КФХ.



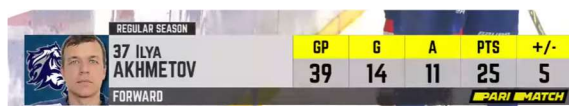
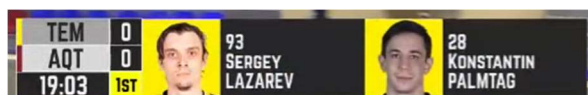
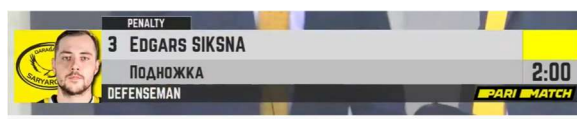
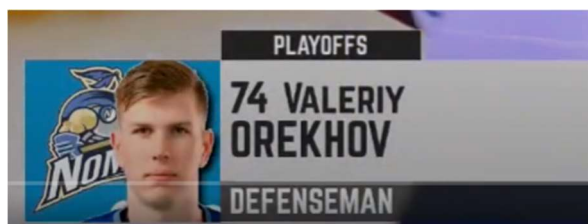
10. Использование одного альбома в течение всего сезона. каждая игра должна быть в отдельном альбоме с полным названием матча: команда 1 – команда 2, дата



11. При съемке через стекло, не допускайте бликов и отражения от приборов освещения;
12. Не используйте ракурс из «тупого угла»

4. Фото для ТВ-продакшена и ТВ-графики

Пример фотографии для ТВ-прадакшена и ТВ-графики фотографии



Описание, характеристики и требования

1. Крупный кадр
2. Отсутствуют или минимальное количество экипировки
3. Фото максимального разрешения (не пикселизуется)

Фото создается по шаблону, путём помещения портретной фотографии игрока и персонала в psd-шаблон и сохранением его в png формате.

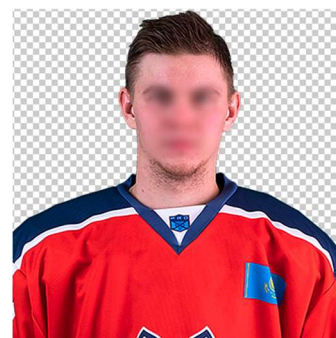
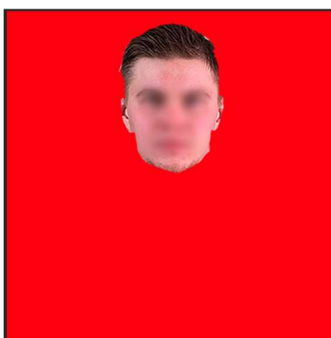
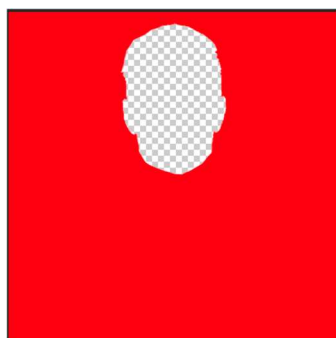


Фото должны быть загружены в облачный сервис КФХ в личную папку клуба и подписаны по единому формату: FAMILY_Name.png – регистр сохраняется