

# РЕГЛАМЕНТ ЖХЛ

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 № 125 от 08 октября 2021 года,  
протокол № 133 от 27 июля 2022 года)

# РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

Москва, 2022

# РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ГЛАВА 1 ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЖХЛ И КЛУБОВ СО СПОНСОРАМИ И РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ЧЕМПИОНАТА .....</b>	<b>3</b>
Статья 1 Деятельность КХЛ и Клубов при реализации коммерческих прав .....	3
Статья 2 Уполномоченный представитель КХЛ .....	3
Статья 3 Права КХЛ.....	4
Статья 4 Организация и осуществление интернет-трансляций.....	6
Статья 5 Права Клубов .....	6
Статья 6 Обязанности Клубов.....	6
Статья 7 Требования к изготовлению и размещению рекламных материалов .....	11
Статья 8 Требования к фотоматериалам заявочного пакета Клубов.....	12
<b>ГЛАВА 2 ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КЛУБОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ВЕЩАТЕЛЬНЫХ ПРАВ.....</b>	<b>13</b>
Статья 9 Обязанности Клуба.....	13
Статья 10 Обеспечение условий размещения оборудования в Спортсооружении.....	14
Статья 11 Парковка ПТС и телевизионной техники.....	14
Статья 12 Приезд команд .....	15
Статья 13 Организация рекламных пауз во время Матча .....	15
Статья 14 Телесъемка со льда.....	17
Статья 15 Комментаторские позиции .....	17
Статья 16 Телевизионные студии .....	17
Статья 17 Новые технологии .....	17
Статья 18 Прокладка кабелей .....	18
<b>ГЛАВА 3 СОТРУДНИЧЕСТВО ЖХЛ И КЛУБОВ СО СМИ .....</b>	<b>18</b>
Статья 19 Направления и порядок сотрудничества ЖХЛ и Клубов со СМИ .....	18
Статья 20 Обязанности Клуба.....	18
Статья 21 Проведение пресс- конференций .....	22
Статья 22 Общие положения об Аккредитации ЖХЛ на мероприятиях, проводимых ЖХЛ .....	23
Статья 23 Права и обязанности КХЛ при Аккредитации ЖХЛ .....	24
Статья 24 Права и обязанности Клубов при Аккредитации ЖХЛ .....	24
Статья 25 Права и обязанности представителей аккредитованных СМИ .....	24
Статья 26 Аккредитация на официальные мероприятия ЖХЛ.....	26
Статья 27 Интервью .....	26
<b>ГЛАВА 4 ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ЖХЛ И КЛУБОВ .....</b>	<b>27</b>
Статья 28 Взаимодействие интернет-ресурсов ЖХЛ и Клубов.....	27
Статья 29 Работа ЖХЛ и Клубов в социальных медиа .....	28
<b>ГЛАВА 5 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....</b>	<b>29</b>
Статья 30 Вступление Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ в силу .....	29
Статья 31 Ответственность за неисполнение требований Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ.....	29
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1 ПОЛОЖЕНИЕ О ПРЯМЫХ ИНТЕРНЕТ-ВИДЕОТРАНСЛЯЦИЯХ И ВИДЕООБЗОРАХ МАТЧЕЙ .....</b>	<b>30</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Шаблон согласования хоккейной формы клуба.....</b>	<b>35</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3 ФОРМАТ ФОТОГРАФИЙ К КОМПЛЕКТУ ЗАЯВОЧНЫХ ДОКУМЕНТОВ КЛУБОВ.....</b>	<b>38</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4 Образец биографии Хоккеистки, предоставляемый в ЖХЛ.....</b>	<b>40</b>

**ГЛАВА 1**  
**ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЖХЛ 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 ЖХЛ 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 ЖХЛ, а также иными правами на использование наименования Чемпионата ЖХЛ и его символики, так или иначе связанными со статусом организатора Чемпионата ЖХЛ.
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 ЖХЛ, а также иными правами на освещение Чемпионата ЖХЛ, так или иначе связанными со статусом организатора Чемпионата ЖХЛ.
3. Распоряжается неисключительными правами на использование, в том числе коммерческое, но исключительно в связи с Матчами и Чемпионатом ЖХЛ в целом:
  - а) изображений, полного имени, образцов подписи и почерка, внешнего облика, стилизованных и фотографических образов Хоккеисток в клубной экипировке, экипировке ЖХЛ, либо повседневной одежде, слоганов, высказываний, популярных выражений и других атрибутов персонификации Хоккеисток, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, Судей, Комиссаров матча, Инспекторов матча, принимающих участие в Матчах и иных мероприятиях ЖХЛ, 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 Хоккеисток, посредством сбора таких статистических данных любыми способами и (или) с помощью любых технологий.

**Статья 2**

**Уполномоченный представитель КХЛ**

1. КХЛ может полностью или частично передать права на реализацию обязательств, проистекающих из Регламента, уполномоченному агенту. Принятие решения о полной или частичной передаче прав и определение уполномоченного агента является исключительной прерогативой КХЛ.
2. Полная или частичная передача прав происходит путем подписания соответствующего соглашения между КХЛ и уполномоченным агентом.

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

3. В случае реализации данного положения КХЛ в течение 3 (трёх) дней после подписания соответствующего соглашения информирует Клубы в письменной форме (посредством факсимильной связи или по электронной почте) о появлении уполномоченного агента и его статусе. Решения, принимаемые уполномоченным агентом, являются обязательными для исполнения Клубами.

### Статья 3 Права КХЛ

КХЛ как распорядитель имущественных прав на Чемпионат ЖХЛ 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 и условиями Соглашения о распределении рекламного пространства, состоянием рекламных материалов в Спортсооружении, а также контролирует исполнение Клубами иных обязанностей в соответствии с Регламентом. 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 ответственности Клубов, Хоккеисток, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, Судей за нарушение положений Регламента.
3. Проводит Аккредитацию ЖХЛ и контролирует допуск на Матчи и иные мероприятия ЖХЛ 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 ЖХЛ, разрабатывает и выпускает продукцию к отдельным акциям и мероприятиям.
5. Использует самостоятельно, предоставляет и контролирует использование третьими лицами прав на названия, изображения официальной атрибутики и символики Чемпионата ЖХЛ, включая:
  - 5.1. Изображения Кубка победителя Чемпионата ЖХЛ и иной наградной атрибутики Чемпионата ЖХЛ, а также наградной атрибутики официальных мероприятий ЖХЛ;
  - 5.2. Товарные знаки и иные обозначения и средства индивидуализации, символику и иные результаты интеллектуальной деятельности Клубов;
  - 5.3. Изображение, полное имя, образцы подписи и почерка, внешнего облика, стилизованных и фотографических образов Хоккеисток в клубной экипировке, экипировке ЖХЛ, либо повседневной одежде, слоганов, высказываний, популярных выражений и других атрибутов персонификации Хоккеисток, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, Судей, Комиссаров матча, Инспекторов матча, принимающих участие в Матчах и иных мероприятиях ЖХЛ, включая случаи, когда такие изображения являются основным объектом использования.
6. Привлекает спонсоров и рекламодателей Чемпионата ЖХЛ, 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 (один)

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

месяц до начала Чемпионата ЖХЛ КХЛ 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 ЖХЛ, 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 ЖХЛ (включая аудио-, видеоролики для трансляции по ГСО и на медиакубе), на экипировке Хоккеисток, Тренеров, врачей, Судей, обслуживающего персонала во время проведения Матчей и иных мероприятий ЖХЛ, 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. В случае перезаливки льда, инициированной КХЛ в связи с проведением в Спортсооружении специального мероприятия или необходимостью замены рекламного материала спонсоров и рекламодателей Чемпионата ЖХЛ, КХЛ, осуществляет производство, доставку и размещение рекламных материалов КХЛ за свой счет.
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 ЖХЛ и Клубов (Хоккеисток), включая сувенирную продукцию, а также предоставляет указанные права третьим лицам.
11. Осуществляет контроль использования видео- и фотоизображений Матчей и иных мероприятий ЖХЛ, включая производство и передачу телевизионных и радиотрансляций, трансляций в сети Интернет, трансляций по каналам мобильной связи и фотосъемок Матчей и иных мероприятий ЖХЛ.
12. Предоставляет разрешения на использование Матчей, Чемпионата ЖХЛ в целом, товарных знаков и иных обозначений и средств индивидуализации Клубов, изображений Хоккеисток, Тренеров, врачей, Руководителей клубов и иных должностных лиц и специалистов Клубов, статистических баз данных Матчей и матчей, проводимых в рамках иных мероприятий ЖХЛ, 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 ЖХЛ.
14. Осуществляет коммуникацию, освещение на официальном сайте хода и результатов Чемпионата, деятельности ЖХЛ и Клубов, а также сотрудничество со СМИ.
15. Осуществляет популяризацию Чемпионата ЖХЛ, Клубов и хоккея в целом путем осуществления рекламной, выставочной, просветительской деятельности.

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

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 ЖХЛ.

### Статья 4

#### Организация и осуществление интернет-трансляций

1. В случае если телевизионная трансляция «домашнего» Матча Клуба не производится Телевещателем, телевизионным или иным партнером ЖХЛ или КХЛ, Клуб обязан собственными силами или силами партнеров Клуба осуществить производство видео-интернет-трансляции такого «домашнего» Матча в режиме реального времени, а также доставку сигнала данной интернет-трансляции в соответствии с Положением о прямых интернет-видеотрансляциях Матчей, приведенным в Приложении 1 к Регламенту по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ. При этом Клуб вправе осуществлять трансляцию такого Матча на официальном интернет-сайте Клуба. При осуществлении видео-интернет-трансляции Клуб обязан не допускать любого рода реплик и комментариев дискриминационного и провокационного характера в адрес Хоккеисток, Тренеров, судейской бригады, официальных лиц и Зрителей.
2. Клуб обязан обеспечить эксклюзивность прав КХЛ на организацию любого рода трансляций Матча в сети Интернет, и не допускать случаев несанкционированных трансляций в сети Интернет, передачи сигнала трансляции Матча третьим лицам или иных случаев нарушения эксклюзивности прав КХЛ.

### Статья 5

#### Права Клубов

1. Клубы могут использовать часть прав на Чемпионат ЖХЛ, в том числе в коммерческих целях, в порядке и на условиях, предусмотренных Регламентом и Соглашением о распределении рекламного пространства. Использование товарных знаков КХЛ без письменного согласия правообладателя в случаях, не связанных с Матчами и Чемпионатом ЖХЛ, недопустимо и будет квалифицировано в соответствии с законодательством РФ.
2. Часть прав на размещение рекламы внутри и снаружи Спортсооружения, экипировке Хоккеисток, телевизионных трансляциях во время проведения «домашних» Матчей могут использоваться Клубами в соответствии с Регламентом 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 6

#### Обязанности Клубов

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

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

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, а также ответственное за работу с коммерческими партнерами Клуба и Лиги.
3. В период проведения Чемпионата ЖХЛ Клуб обязан:
  - 3.1 Не иметь действующих договоров с компаниями, имеющими пересечения по зарезервированным за КХЛ товарным категориями, условия которых предполагают предоставление таким компаниям права прямо или косвенно ассоциироваться с Клубом.
  - 3.2 Не допускать размещения каких-либо аудио-, видео-, печатных и иных рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба и (или) рекламных материалов третьих лиц, имеющих пересечения по зарезервированным за КХЛ товарным категориям, в том числе размещения третьими лицами:
    - 3.2.1 на форме Хоккеисток;
    - 3.2.2 на программках к «домашним» Матчам, Абонементам, в том числе на картах с функцией Абонемента, входных и пригласительных Билетах, пропусках на автотранспорт, а также любой печатной продукции, распространяемой непосредственно до, после, во время проведения Матчей Клуба;
    - 3.2.3 на каждой странице официальных сайтов Клубов;
    - 3.2.4 в официальных аккаунтах Клубов в социальных сетях;
    - 3.2.5 в официальных мобильных приложениях Клубов;
    - 3.2.6 в электронных сообщениях Клуба посредством электронной коммуникации с Болельщиками (рассылках e-mail, SMS и т.п.).
  - 3.3 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, инициированных Клубом, Клуб осуществляет производство и размещение рекламных материалов спонсоров, партнеров и рекламодателей Чемпионата за свой счет, в том числе – на ледовой поверхности;
  - 3.4 За свой счет обеспечивать надлежащее размещение предоставленных КХЛ рекламных материалов о спонсорах, партнерах и рекламодателях Чемпионата на форме Хоккеисток. 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;
4. В период проведения Матча Клуб-«хозяин» обязан:
  - 4.1 обеспечивать наличие фонового плаката с изображениями логотипов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и Клуба, эскиз которого предоставляется КХЛ, – баннера пресс-зоны в помещении для проведения послематчевых интервью с участием Тренеров, руководства КХЛ, ЖХЛ и Клубов, баннеров Смешанной зоны и зоны для флеш-интервью (зонах для проведения

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

интервью с Игроками); не допускать фактов проведения интервью не на фоне баннеров Смешанной зоны и зоны для флеш-интервью;

- 4.2 в перерывах между периодами Матча на информационном табло Спортсооружения обеспечивать трансляции рекламных видеороликов спонсоров и рекламодателей Чемпионата по заранее представленному КХЛ медиаплану (монтажному листу). Смена роликов должна осуществляться 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;
- 4.3 в перерывах между периодами Матча обеспечить трансляции аудиороликов, предоставленных КХЛ, по ГСО Спортсооружения. Смена аудиороликов 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;
- 4.4 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;
- 4.5 обеспечивать на основании предварительной заявки КХЛ предоставление на возмездной основе площади в фойе Спортсооружений для организации спонсорами (партнерами, рекламодателями) Чемпионата точек продаж выпускаемой продукции;
- 4.6 не допускать размещения каких-либо аудио-, видео, печатных и иных рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба и (или) рекламных материалов третьих лиц, имеющих пересечения по зарезервированным за КХЛ товарным категориям, в том числе размещения третьими лицами внутри Спортсооружения, в том числе на ледовой площадке, в точках питания, и снаружи на фасаде Спортсооружения, а также на территории, примыкающей к Спортсооружению, включая территории парковки и территорию перед входными группами Спортсооружения;
- 4.7 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;
- 4.8 обеспечивать продажу хоккейной атрибутики, символики, сувениров, видеоматериалов, полиграфической продукции, включая продажу предоставленной КХЛ продукции;
- 4.9 обеспечивать музыкальное заполнение перерывов и пауз, возникающих при остановке основного времени Матча, организацию развлекательных программ для Зрителей;
- 4.10 обеспечивать доступ аккредитованного Коммерческого инспектора матча к местам размещения всех рекламных материалов внутри Спортсооружения с целью контроля и осуществления фото- и видеосъемки;
- 4.11 направлять в течение 24 (двадцати четырёх) часов по окончании каждого «домашнего» Матча в КХЛ в электронном виде фото всех рекламных носителей



## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

со спонсорами КХЛ, согласно подписанному Соглашению о распределении рекламного пространства, или передачу этой информации иным видом электронной передачи данных уполномоченному агенту КХЛ.

5. 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, брошюрах, афишах, пресс-релизах и пр.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*
6. Клуб обязан обеспечивать предоставление спонсорам и рекламодателям КХЛ, а также иным лицам, указанным КХЛ, билетов на «домашние» Матчи в количестве, предварительно согласованном с КХЛ. Предварительная заявка КХЛ должна быть направлена посредством электронной почты в Клуб не позднее чем за 2 (два) дня до проведения мероприятия.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*
7. Клуб обязан направлять в аффилированный Клуб КХЛ и ВХЛ (в случае наличия) информацию о предстоящих Матчах женской команды для ее анонсирования во время «домашних» Матчей клуба системы КХЛ и ВХЛ.
8. Клуб обязан при наличии аффилированных Клубов КХЛ и ВХЛ размещать информацию о предстоящих Матчах женской команды, а также информационные и статистические материалы во всех официальных изданиях Клуба, включая программы к матчам команды КХЛ, и ВХЛ.
9. Клуб обязан размещать полный календарь «домашних» Матчей в кассах Спортсооружения, на официальном сайте Клуба, а также направлять для публикации в региональных СМИ за 10 (десять) дней до начала Чемпионата.
10. Клуб обязан объявлять результаты Матчей женской команды во время «домашних» Матчей аффилированного клуба КХЛ в перерывах между периодами с помощью аудиосистемы.
11. Клуб обязан объявлять результаты игрового дня других женских команд во время «домашних» Матчей Клуба в перерывах между периодами с помощью аудиосистемы.
12. Клуб обязан не позднее 1 августа текущего года 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 официальным брендбуком КХЛ и Соглашением о распределении рекламного пространства.
13. Клуб обязан не заключать без согласования с КХЛ договоров, предусматривающих размещение рекламных материалов и иной информации при проведении «домашних» Матчей, на объектах размещения, указанных в подпунктах 3.2 и 4.7 настоящей статьи, а также не допускать случаев такого размещения третьими лицами.
14. Клуб обязан обеспечивать участие Хоккеисток, Тренеров, должностных лиц, Руководителей клуба в мероприятиях, проводимых для спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата.
15. Клуб обязан обеспечивать участие Хоккеисток и Тренеров команд Клуба в фото- и видеосъемках и иных мероприятиях, организуемых ЖХЛ.
16. Клуб обязан использовать во всех видах печатной продукции Клуба, на официальном интернет-сайте Клуба и любых иных видах медиаактивности написание имен и

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

фамилий Хоккеисток и Тренеров в соответствии с заявочными листами, подаваемыми в КХЛ в соответствии с Регламентом.

17. Клуб обязан не позднее 3 (трех) рабочих дней со дня каждого размещения предоставленной КХЛ рекламы и информации спонсоров, партнеров и рекламодателей КХЛ, 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.
18. Исключен.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*
19. 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.
20. Клуб обязан в период до 30 июля текущего года направить в КХЛ на согласование в электронном виде в векторном формате путем заполнения Шаблона согласования хоккейной формы Клуба (Приложение 2 к настоящему Регламенту) эскизы игровой формы (игровой свитер, игровые шорты, шлемы, гамашы), и не позднее 25 августа текущего года направить в КХЛ фотографии отшитых образцов игровых свитеров (один «домашний» и один «гостевой») и игровых шорт с нанесенными логотипами рекламодателей для подтверждения их соответствия Регламенту и официальному брендбуку ЖХЛ, а также Соглашению о распределении рекламного пространства. КХЛ обязана в 3-дневный срок дать официальный ответ по соответствию предоставленных макетов и (или) образцов Регламенту и брендбуку ЖХЛ.
21. В случае изменения макета игровой формы по инициативе Клуба после начала сезона макет формы в электронном виде в векторном формате путем заполнения Шаблона согласования хоккейной формы Клуба (Приложение 2 к настоящему Регламенту) должен быть направлен на согласование в КХЛ не позднее чем за 30 (тридцать) дней до предполагаемой даты использования данной формы. Фотографии отшитого образца игровой формы с нанесенными логотипами рекламодателей должна быть предоставлена не позднее чем за 15 (пятнадцать) дней до предполагаемой даты использования формы.
22. Запрещается использовать в рамках Чемпионата и иных официальных мероприятий ЖХЛ 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 или 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.
23. Клуб обязан направлять в КХЛ список музыкальных произведений, используемых в качестве заполнения перерывов и пауз, а также при проведении развлекательных программ с указанием названия музыкального произведения (альбома и года выпуска), автора музыки и исполнителя не позднее 5 (пяти) дней со дня проведения Матча.
24. 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

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

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 7

#### 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 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).
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);
  - 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).
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).
4. Размещение рекламного материала на защитных стеклах:
  - а) размер одного рекламного места на защитных стеклах (рекламных стикеров) вдоль ледовой площадки составляет 1000 × 200 мм;
  - 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 Хоккеисток на промежуточном расстоянии друг от друга, равном 200 мм;

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- 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).
5. Размещение рекламного материала на стеклах кабинок запасных и оштрафованных Хоккеисток:
- а) размер одного рекламного места на стеклах кабинок запасных и оштрафованных Хоккеисток (рекламных стикеров) составляет 600 × 200 мм;
- б) количество рекламных стикеров на стеклах кабинок запасных Хоккеисток – 14 шт.;
- в) количество рекламных стикеров на стеклах кабинок оштрафованных Хоккеисток – 12 шт.;
- г) рекламные стикеры на стеклах кабинок запасных и оштрафованных Хоккеисток 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 Хоккеисток – 300 мм;
- д) на одном рекламном месте на наклейке скамеек запасных и оштрафованных Хоккеисток может размещаться реклама только одного спонсора (партнера).
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.

### Статья 8

#### Требования к фотоматериалам заявочного пакета Клубов.

1. Перечисленные ниже материалы предоставляются Клубами для использования в маркетинговых целях.
2. Для участия в Чемпионате Клубы вместе с комплектом документов прикладывают к заявочным листам цветные фотографии, которые необходимо направлять на специализированный сервер ЖХЛ 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)*
  - 2.1 Руководителей клуба, Тренеров и обслуживающего персонала команды (по одной фотографии, с указанием фамилии, инициалов и должности);
  - 2.2 всех Хоккеисток команды в соответствии с Приложением 3 к настоящему Регламенту;
  - 2.3 групповую фотографию команды в «домашней» хоккейной форме Клуба предстоящего сезона – не более чем по 10 (десять) человек в одном ряду, с перечислением всех присутствующих на фотографии с подписями;
  - 2.4 фотографии всех Спортсооружений, в которых запланировано проведение «домашних» Матчей, (не менее шести разных фотографий каждого из них), включая фотографии:
    - 2.4.1 внешнего вида Спортсооружения – в светлое и темное время суток;
    - 2.4.2 вида Спортсооружения изнутри – два общих плана ледовой арены (из-за ворот и с любой другой точки), зрительный зал со Зрителями, фойе;

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

3. Фотографии должны предоставляться не обрезанными по краям. Соотношение сторон каждой персональной фотографии – 3 × 4, каждой общей фотографии – 4 × 3. Фотографии представляются в формате jpg, с разрешением не менее 3000 px по длинной стороне.
4. При дозаявках Хоккеисток в течение сезона, а также в случае кадровых изменений в руководстве и тренерском штабе в течение сезона Клуб предоставляет фотографии в соответствии с Приложением 3 к настоящему Регламенту в течение 3 (трех) дней после дозаявки (при дозаявке Хоккеисток непосредственно перед выездной серией Матчей — в течение 3 (трех) дней после окончания выездной серии Матчей).

### ГЛАВА 2 ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КЛУБОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ВЕЩАТЕЛЬНЫХ ПРАВ

#### Статья 9 Обязанности Клуба

1. В период проведения Матча Клуб-«хозяин» обязан:
  - 1.1 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 иных случаев нарушения эксклюзивности прав КХЛ;
  - 1.2 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;
  - 1.3 Обеспечивать бесплатное для Телевещателя размещение и необходимые подключения (электропитание, звуковые и телевизионные коммуникации) телевизионной техники, обеспечивающей телевизионную съемку «домашних» Матчей Клуба, а также благоприятные условия для работы персонала Телевещателя или уполномоченных им лиц, обеспечивающих телевизионную съемку Матчей. Обеспечивать свободный доступ сотрудников Телевещателя 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;
  - 1.4 Не допускать срывов и задержек трансляций Матча.
  - 1.5 Обеспечивать общение одной Хоккеистки или Тренера Клуба с официальным Телевещателем ЖХЛ в зоне для флеш-интервью в перерывах Матча, трансляция которого осуществляется в прямом эфире или в записи.
2. Официальные предсезонные Матчи Клуба могут транслироваться любыми техническими способами. Клуб обязан информировать КХЛ официальным письмом и одновременным уведомлением на электронный адрес ЖХЛ [media@khl.ru](mailto:media@khl.ru) обо всех известных ему планах организаторов предсезонных Матчей с участием Клуба.
3. Клуб-«хозяин» обязан содействовать Телевещателю в организации съемки в раздевалке победившей команды по окончании решающего Матча финальной серии плей-офф Чемпионата, а именно:
  - обеспечить возможность расстановки камер в раздевалке (до и после Матча),
  - и
  - обеспечить беспрепятственный доступ съемочной группы сразу после

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

финального свистка для съемок эмоций победителей и интервью с Хоккеистками и Тренерами победившей команды.

4. При производстве трансляции не допускать использования в эфире ненормативной лексики Хоккеистками, Тренерами или иными сотрудниками Клуба.

### Статья 10

#### Обеспечение условий размещения оборудования в Спортсооружении

1. 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 (шестьдесят) дней до первого Матча. При возникновении необходимости в размещении дополнительного оборудования возможно внесение изменений и доработок в план в течение сезона.
2. 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) обеспечение 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.
3. 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 11

#### Парковка ПТС и телевизионной техники

1. 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 (двадцать четыре) часа до начала каждого Матча.
2. 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 12**  
**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 13**  
**Организация рекламных пауз во время Матча**

1. Во время каждого Матча, транслируемого или записываемого любым телевизионным каналом, могут объявляться 6 рекламных пауз, каждая продолжительностью 70 (семьдесят) секунд.
2. Процедура объявления рекламных пауз:
  - а) рекламный координатор входит в состав судейской бригады и назначается в соответствии с пунктом 2 статьи 75 Спортивного регламента ЖХЛ;
  - б) Телевещатель Матча обеспечивает двустороннюю связь рекламного координатора и режиссера трансляции посредством операторской телефонной гарнитуры;
  - в) после сигнала остановки игры, поданного Главным судьей Матча, рекламный координатор, находящийся на скамейке секретаря Матча, включает красный фонарь рекламной паузы;
  - г) рекламный координатор сообщает телевизионной станции, что начинается реклама, и одновременно засекает время;
  - д) 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. Хоккеистки направляются к своим скамейкам, другой Линейный судья располагается между скамейками Хоккеисток;
  - е) на отметке «50 секунд» рекламный координатор сообщает Главному судье о подаче свистка Хоккеисткам следовать к месту вбрасывания шайбы;
  - ж) на отметке «65 секунд» Линейный судья на вбрасывании получает сигнал от рекламного координатора о продолжении Матча;
  - з) на отметке «70 секунд» рекламный координатор выключает красный фонарь рекламной паузы, и Матч должен быть возобновлен.
3. К исключениям относятся рекламные паузы, объявляемые в случаях:
  - а) травмы Хоккеисток;
  - б) повреждения и (или) восстановления игровой зоны (стекло, бортов, защитной сетки);
  - в) любой нештатной задержки, которая требует дополнительного времени для разрешения ситуации.
4. Рекламные паузы возможны только при остановке игры в равных составах команд (4 Хоккеистки на 4 Хоккеистки, 5 на 5, или 6 на 6). Если в одной команде на одну Хоккеистку меньше и объявляется штраф для другой команды, рекламная пауза не разрешается.
5. Показы рекламных пауз производятся после первой остановки игры и следующего времени на часах игры:
  - а) Первый период:
    - пауза № 1 – 15.00 минут;
    - пауза № 2 – 9.00 минут;Рекламная пауза за 30 (тридцать) секунд до окончания 1-го периода не производится;
  - б) Второй период:

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- пауза № 3 – 15.00 минут;
- пауза № 4 – 9.00 минут;

Рекламная пауза за 30 (тридцать) секунд до окончания 2-го периода не производится;

в) Третий период:

- пауза № 5 – 15.00 минут;
- пауза № 6 – 9.00 минут;

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

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

Рекламная пауза невозможна в следующих случаях:

- первая остановка по причине заброшенной шайбы;
- после проброса;
- в случае действий вратаря, приведших к остановке Матча после броска шайбы, совершенного с половины поля соперника;
- при случайном сдвиге ворот Хоккеисткой защищающейся команды, что привело к остановке Матча.

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.

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 Хоккеистку накладывается большой пятиминутный (не совпадающий) штраф. В этом случае рекламная пауза должна быть объявлена после прозвучавшего свистка и будет контролироваться рекламным координатором обычным путем.

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

6. Во время рекламных остановок:

- а) вратарям разрешено проследовать к соответствующим скамейкам Хоккеисток;
- б) командам разрешено менять звенья после того, как Главный судья дает свисток, сигнализирующий командам возвращаться в зону вбрасывания (за 20 (двадцать) секунд до окончания рекламной паузы). Данные смены звеньев проводятся по тем же правилам, что и обычная смена звеньев во время остановки игры;
- в) за 20 (двадцать) 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;
- г) Главный судья немедленно информирует секретаря Матча о запросе тайм-аута, который будет взят после окончания рекламной паузы.

7. Не позднее 10 (десяти) 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 14**  
**Телесъемка со льда**

1. 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.
2. Телесъемка на поле может вестись двумя группами в составе по 2 (два) человека каждая: оператор с камерой и технический помощник. Во время нахождения камеры на поле перед началом Матча:
  - а) только две камеры могут находиться на льду;
  - б) камера должна быть радиочастотной (беспроводной);
  - в) проводная камера может быть использована только при условии, что технический помощник оператора следит за проводом, не создавая помех выходу Хоккеисток на ледовую площадку;
  - г) камера может быть снабжена микрофоном.

**Статья 15**  
**Комментаторские позиции**

1. Вход к комментаторским позициям должен быть безопасным и отдельным от входа для Зрителей. Клуб обязан обеспечить отсутствие посторонних лиц на территории расположения комментаторских кабин.
2. В каждой комментаторской позиции должно быть место для 2 (двух) 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.
3. Установку и предоставление услуг связи обеспечивает Клуб. Стоимость переговоров и трафика взимается с пользователей.
4. Клуб и (или) руководство Спортсооружения не могут взимать какую-либо плату за пользование комментаторскими позициями и их оборудованием.

**Статья 16**  
**Телевизионные студии**

1. 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.
2. Электропитание и мебель (столы, стулья) бесплатно предоставляются Клубом, при этом техническое оборудование и студийное освещение обеспечивает Телевещатель.
3. При сооружении студии Клуб по необходимости обеспечивает сокращение зрительских мест.

**Статья 17**  
**Новые технологии**

В результате технологического прогресса в течение сезона могут появиться новые камеры, радиоуправляемое телевизионное оборудование, статистические системы,

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

оборудование слежения и др. Такое оборудование и камеры могут быть разрешены к применению после их согласования Телевещателем с КХЛ и Клубом.

### **Статья 18 Прокладка кабелей**

1. 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.
2. При прокладке дополнительных кабелей должны соблюдаться все необходимые требования техники безопасности.

## **ГЛАВА 3 СОТРУДНИЧЕСТВО ЖХЛ И КЛУБОВ СО СМИ**

### **Статья 19 Направления и порядок сотрудничества ЖХЛ и Клубов со СМИ**

1. Взаимодействие со СМИ осуществляется пресс-службой ЖХЛ и соответствующими подразделениями Клубов по следующим направлениям:
  - 1.1 предоставление информации в СМИ через официальные интернет-ресурсы ЖХЛ и Клубов (официальный сайт и страницы социальных сетей), а также путем рассылки официальных пресс-релизов и других информационных материалов, ответов на запросы СМИ в адрес ЖХЛ и Клубов;
  - 1.2 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;
  - 1.3 индивидуальные встречи представителей ЖХЛ и Клубов с представителями СМИ.
2. Порядок организации взаимодействия ЖХЛ и Клубов регулируется соответствующими положениями Регламента ЖХЛ.
3. Клуб обязан соблюдать Положение КХЛ о единой информационной политике и Положение КХЛ о единой контентной политике, утвержденные Лигой.

### **Статья 20 Обязанности Клуба**

Клуб обязан:

1. В целях своевременного информирования общественности о деятельности Клуба, результатах выступления Хоккеисток и популяризации женского хоккея, изготовить следующие материалы:
  - 1.1 анонсы Матчей перед каждым Матчем или серией, включающие в себя:
    - статистику и факты противостояния команд;
    - краткую историю противостояний;
    - информацию о лидерах в составах команд;
    - 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 по местному времени места

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- проведения Матча (серии). В социальных сетях анонсирование Матчей осуществляется с использованием инфографики;
- 1.2 новости по итогам каждого Матча со статистическими данными (дата и место проведения, результат Матча, составы команд, заброшенные шайбы (пофамильно)), с комментариями Тренера и/или Хоккеисток своей команды (после первого Матча в серии — комментарии Тренера или Хоккеистки, после второго Матча в серии — комментарии Тренера и Хоккеистки). Материал должен быть изготовлен пресс-службой Клуба, опубликован на сайте Клуба не позднее 1 (одного) часа после завершения Матча;  
*(в ред. от 08.10.2021. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 125 от 08.10.2021)*
  - 1.3 интервью (не менее пяти тысяч знаков) с Хоккеистками, 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 ЖХЛ, в том числе по запросу Клуба, может рекомендовать «героев» для таких интервью, а также приблизительный список тем и вопросов.
  - 1.4 материалы с комментарием Тренера или Хоккеистки 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;
  - 1.5 новостную информацию о заключении Контрактов с Хоккеистками (обмене Хоккеисток или спортивных прав) в течение 24 часов после выполнения всех условий пункта 21 статьи 20 Правового регламента ЖХЛ.
2. Иметь в штатной структуре сотрудника, ответственного за работу со СМИ, администрирование официального сайта, проведение пресс-конференций, подготовку новостей, интервью и других материалов для официального сайта и страниц Клуба в социальных сетях, а также по запросу пресс-службы ЖХЛ; мониторинг СМИ; выполнение предусмотренных Регламентом обязанностей Клуба по проведению Аккредитации ЖХЛ; контроль работы фотографа, работающего в штате или на договорной основе, а также исполнение других положений Главы 3 Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ. Данный сотрудник пресс-службы обязан присутствовать на всех «домашних» Матчах Клуба с целью обеспечения соблюдения Клубом требований настоящего Регламента. В случае если пресс-служба команды ЖХЛ совмещена с пресс-службой команды КХЛ/ВХЛ/МХЛ, Клуб обязан иметь отдельного сотрудника, ответственного за осуществление коммуникации команды ЖХЛ. Адрес электронной почты данного сотрудника должен содержать доменное имя сайта Клуба.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*
  3. Во время выездных Матчей в составе персонала команды обязательно должен находиться сотрудник Клуба, ответственный за работу с прессой, выход Хоккеисток и главного Тренера команды в Смешанную зону и/или на пресс-конференцию, запись послематчевых интервью с Тренерами и Хоккеистками 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 данного

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- сотрудника Клуба должны быть предоставлены пресс-службе ЖХЛ не позднее чем за 10 (десять) дней до начала Чемпионата;
4. По окончании каждого Матча, по запросу СМИ или пресс-службы ЖХЛ, обеспечивать участие главного тренера команды Клуба и/или Хоккеисток в послематчевых интервью в Смешанной зоне. Во время интервью главный тренер каждой команды обязан дать комментарий к прошедшему Матчу, а затем, соблюдая нормы корпоративной этики и воздерживаясь от проявления эмоций, ответить на вопросы представителей аккредитованных СМИ.
  5. 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
    - не позднее 7 (семи) дней после окончания участия Клуба в Чемпионате.На официальном сайте Клуба перед каждой встречей со СМИ должен быть опубликован анонс о ней (не позднее чем за 2 (два) дня), а по итогам встречи должна быть опубликована полная видеозапись;
  6. При проведении «домашних» Матчей обеспечивать организованный доступ представителей аккредитованных СМИ для интервью в раздевалку команды через 7 (семь) минут после окончания каждого Матча. Продолжительность работы СМИ в раздевалке – не более 15 (пятнадцати) минут.
  7. Команда-«гость» обеспечивает организованный доступ представителей аккредитованных СМИ в раздевалку команды после окончания Матча либо обеспечивает общение со СМИ минимум трех Хоккеисток Клуба в Смешанной зоне.
  8. Не допускать немотивированного отказа от интервью СМИ Хоккеистками и Тренерами Клуба.
  9. Исключен.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*
  10. Исключен.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*
  11. Обеспечивать при проведении любого «домашнего» Матча соблюдение представителями СМИ условий их индивидуальных Аккредитаций. Не допускать лиц, не имеющих Аккредитаций КХЛ или Аккредитаций ЖХЛ, в места предназначенные для СМИ, определенные в соответствии с п. 2 ст. 24 настоящего Регламента.
  12. 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. Рекомендуемый к использованию объектив должен иметь фокусное расстояние как минимум 200 мм. Фотоотчет должен содержать:
    - фотографии приезда Хоккеисток обеих команд (в случае одновременного приезда – только команды «хозяев») на Матч крупным планом;
    - фотографии Игроков и Тренеров обеих команд во время матча 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% от общего количества фотографий; при наличии на трибунах болельщиков гостевой команды, фотоотчет должен содержать их фотографию крупным планом).

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

Фотографии с Матча в электронном виде должны быть загружены на интернет-ресурсы ЖХЛ (ftp-сервер Клубов ЖХЛ) не позднее 1 (одного) часа после завершения каждого «домашнего» Матча. 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. К началу третьего периода на официальном интернет-ресурсе ЖХЛ должно быть загружено не менее 7 (семи) фотографий с Матча, в том числе фотографии заброшенных шайб (при наличии) и их празднования крупным планом. Предоставляемые фотографии должны быть в фокусе. Фотографии не должны быть чрезмерно кадрированы, пере- или недоэкспонированы, а также не должны содержать водяной знак Клуба. При использовании фотографий ссылка на авторство Клуба, предоставившего фотографии, обязательна.

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

13. Обеспечить при проведении «домашнего» Матча открытие в Спортсооружении пресс-центра в соответствии с требованиями подпункта 1.23 пункта 1 статьи 3 Технического регламента ЖХЛ и его надлежащую работу не позднее чем за 1 (один) час до начала Матча и в течение 1 (одного) часа после окончания общения представителей СМИ с Тренерами и Игроками команд. При проведении Матча-открытия сезона и Матчей финальной серии плей-офф, пресс-центр должен работать в течение 2 (двух) часов после окончания послематчевой пресс-конференции.
14. Предоставлять возможность аккредитованному ЖХЛ 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.
15. Предоставлять возможность аккредитованным СМИ присутствовать на всех тренировках Основной команды.
16. Не допускать публичного распространения, в том числе в СМИ и в Интернете (включая официальные страницы Клубов в социальных сетях), информации (комментариев, фильмов, изображений, обращений и пр.), носящей оскорбительный, провокационный характер в отношении Клуба-соперника, ЖХЛ и КХЛ, сотрудников и представителей ЖХЛ и КХЛ, а также негативных оценок спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и (или) Клубов.
17. В обязательном порядке направлять сотрудников женской команды, отвечающих за работу со СМИ, на семинары и образовательные программы по маркетингу и коммуникациям, организуемые КХЛ.
18. Для популяризации Клуба, ЖХЛ и Хоккеисток Клуб обязан обеспечивать наличие открытой личной страницы Хоккеистки в социальных сетях, входящих в топ-3 по аудитории в стране Клуба на дату начала Чемпионата, не менее чем у 30 % Хоккеисток, находящихся в заявочном листе команды ЖХЛ, а также передавать Лиге адреса таких страниц.  
Клуб обязан оказывать консультационную и техническую помощь Хоккеисткам Клуба при ведении ими страниц в социальных сетях и их регулярном обновлении не реже 1 (одного) раза в месяц.
19. В случае проведения Лигой образовательных программ, в том числе по ведению персональных страниц в социальных сетях и развитию персонального бренда, обеспечивать участие в них Хоккеисток.

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

20. Не позднее, чем за 7 (семь) дней до первого Матча команды в Чемпионате, присылать в пресс-службу ЖХЛ на электронный адрес [media@khl.ru](mailto:media@khl.ru) актуальные биографии Хоккеисток в соответствии с образцом в Приложении 4 к настоящему Регламенту.  
При дозаявках в течение сезона Клуб обязан предоставлять актуальные биографии Хоккеисток в течение 7 (семи) дней после дозаявки.
21. По запросу пресс-службы ЖХЛ, направленному сотрудникам, указанным в пункте 2 либо в пункте 3 настоящей статьи в течение 10 (десяти) минут после окончания Матча, обеспечить телефонное общение с Тренером и/или Хоккеистками команды либо озвучить переданные пресс-службой ЖХЛ вопросы, а также направить в пресс-службу ЖХЛ аудиозапись такого общения.
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. Каждый Клуб должен иметь сотрудника, ответственного за работу с видеоконтентом (в штате либо по договору подряда). Контакты соответствующего сотрудника необходимо передать в пресс-службу Лиги не позднее чем за 10 (десять) дней до первого Матча Чемпионата.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*
24. Каждый Клуб в течение сезона по запросу Лиги, направленному в Клуб (не более пяти запросов в течение сезона), обязан оказать содействие в создании видеороликов по техническому заданию Лиги, направленному в Клуб официальным письмом минимум за 7 (семь) календарных дней до срока сдачи видеоролика.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*

### Статья 21

#### Проведение пресс- конференций

1. После окончания Матча-открытия и каждого Матча финальной серии плей-офф при наличии минимум 1 (одного) представителя СМИ проводится пресс-конференция с участием главных Тренеров команд, участвовавших в Матче.
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 для перевода комментариев (выступлений) главного Тренера на русский язык.
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 жестикологии), ответить на вопросы представителей аккредитованных СМИ.

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

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 ЖХЛ по официальному запросу. 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 Аккредитованного представителя СМИ, задающего вопрос.

### Статья 22

#### **Общие положения об Аккредитации ЖХЛ на мероприятиях, проводимых ЖХЛ**

1. Аккредитация ЖХЛ на официальных мероприятиях ЖХЛ проводится в целях создания необходимых условий для профессиональной деятельности представителей СМИ и повышения качества освещения Чемпионата и иных мероприятий КХЛ в СМИ.
2. Аккредитационная карта ЖХЛ является основанием для прохода и размещения аккредитованного представителя СМИ в Спортсооружении, на которое распространяется действие Аккредитации ЖХЛ, а также для работы представителя СМИ в зонах Спортсооружения, указанных в Аккредитационной карте ЖХЛ.
3. Аккредитация СМИ на Матчи осуществляется согласно ежегодному положению об аккредитации. Положение об Аккредитации ЖХЛ на следующий сезон должно быть опубликовано на официальном сайте ЖХЛ не позднее, чем за 45 (сорок пять) дней до начала Чемпионата.
4. Действие Аккредитации ЖХЛ прекращается или приостанавливается в случае:
  - 4.1 прекращения или приостановления деятельности СМИ в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации;
  - 4.2 прекращения трудовых или иных договорных отношений представителя СМИ с редакцией аккредитованного СМИ;
  - 4.3 отзыва представителя СМИ редакцией аккредитованного СМИ;
  - 4.4 истечения срока действия Аккредитации ЖХЛ.
5. В случае прекращения трудовых или иных договорных отношений аккредитованного представителя СМИ с редакцией СМИ либо отзыва его по решению редакции СМИ, редакция СМИ обязана сообщить об этом в ЖХЛ в семидневный срок и вернуть аккредитационное удостоверение, после чего Аккредитация ЖХЛ данного лица прекращается. Редакция СМИ имеет право подать заявку на Аккредитацию ЖХЛ другого представителя.
6. Действие Аккредитации ЖХЛ может быть приостановлено с изъятием Аккредитационной карты ЖХЛ в случае, если редакцией СМИ или отдельным представителем данного СМИ нарушены Регламент, а также правила порядка работы СМИ на официальных мероприятиях ЖХЛ, распространены не соответствующие действительности сведения, подрывающие деловую репутацию КХЛ, МХЛ, ВХЛ, ЖХЛ, а также порочащие честь, достоинство и деловую репутацию сотрудников КХЛ, МХЛ, ВХЛ, ЖХЛ и Клубов.
7. Решение о приостановке действия Аккредитации ЖХЛ принимается КХЛ.
8. Сезонные аккредитационные карты КХЛ и МХЛ в категориях «Пресса», «Фото», «ТВ» действуют в период проведения Чемпионата ЖХЛ наравне с аккредитацией ЖХЛ. Остальные категории сезонных аккредитаций КХЛ и МХЛ для прохода на Матчи недействительны.

**Статья 23**

**Права и обязанности КХЛ при Аккредитации ЖХЛ**

1. КХЛ предоставляет возможности профессиональной деятельности по освещению Матчей в Спортсооружениях, в которых проводятся Матчи, исключительно аккредитованным КХЛ представителям СМИ.
2. КХЛ обладает правом принятия решения об Аккредитации ЖХЛ или об отказе в Аккредитации ЖХЛ без объяснения причин.

**Статья 24**

**Права и обязанности Клубов при Аккредитации ЖХЛ**

Пресс-служба Клуба, чья команда принимает участие в Чемпионате, обязана:

1. Обеспечивать соблюдение требований, предъявляемых к аккредитованному лицу, сообщать в КХЛ о случаях нарушения правил Аккредитации ЖХЛ, по представлению КХЛ приостанавливать действие Аккредитации ЖХЛ, нарушающих правила аккредитации, указанные на оборотной стороне Аккредитационной карты ЖХЛ.
2. Организовывать и поддерживать в течение проведения Соревнования пропускной режим, порядок передвижения представителей СМИ в Спортсооружениях, где проводятся «домашние» Матчи Клуба, порядок осуществления контактов представителей СМИ с Участниками матча, специалистами в области хоккея, Тренерами, Руководителями клубов и КХЛ, осуществление видео- и фотосъемок в местах для СМИ.

**Статья 25**

**Права и обязанности представителей аккредитованных СМИ**

1. К Аккредитации ЖХЛ допускаются СМИ:
  - 1.1 соблюдающие Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»;
  - 1.2 подавшие заявку на Аккредитацию ЖХЛ и предоставившие информацию о себе и каждом из своих представителей (имеющих квалификацию работника СМИ, подтвержденную действующим удостоверением соответствующего СМИ) в установленные сроки и в полном объеме.
2. Аккредитационная карта ЖХЛ является основанием для прохода представителя аккредитованного СМИ в Спортсооружение, на которое распространяется действие Аккредитации ЖХЛ, а также для работы представителя СМИ в следующих зонах Спортсооружения, указанных в Аккредитационной карте ЖХЛ (далее – «места для СМИ»): пресс-трибуны, пресс-центр, зал для пресс-конференций, Смешанная зона, позиции для ТВ- и фотосъемки, зона для работы телевизионных групп.
3. Представитель аккредитованного СМИ в соответствии с ограничениями своей Аккредитации ЖХЛ имеет право:
  - 3.1 посещать Матчи, тренировки женских хоккейных команд, процесс подготовки и организации Матчей и другие официальные мероприятия ЖХЛ, связанные с проведением Чемпионата;
  - 3.2 пользоваться для выполнения своих профессиональных обязанностей местами для СМИ;
  - 3.3 запрашивать у Клубов и КХЛ информацию, необходимую для выполнения своих профессиональных обязанностей в рамках законодательства о СМИ;



## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- 3.4 общаться с Хоккеистками и Тренерами команд, принимавшими участие в Матче, после окончания каждого Матча, в соответствии с ограничениями, установленными конкретными Аккредитациями ЖХЛ, располагаясь в зоне, обозначенной для данного типа СМИ;
  - 3.5 посещать раздевалку команды через 7 (семь) минут после окончания Матча на 15 (пятнадцать) минут для послематчевых интервью с Хоккеистками;
  - 3.6 проносить в Спортсооружения звукозаписывающую, видеозаписывающую и фототехнику в соответствии с ограничениями, установленными конкретными Аккредитациями ЖХЛ. В случае проноса в Спортсооружения техники с нарушениями ограничений, установленных конкретными Аккредитациями ЖХЛ, подобная попытка пресекается соответствующими службами Спортсооружений, а соответствующая техника подлежит сдаче в камеру хранения с обязательным возвратом;
  - 3.7 осуществлять видеосъемку и голосовую запись Хоккеисток, Тренеров и иных должностных лиц Клубов внутри Спортсооружений исключительно в соответствии с ограничениями, установленными конкретными Аккредитациями ЖХЛ, непосредственно на хоккейной площадке, в Смешанной зоне, зоне для флеш-интервью и во время послематчевых интервью, во время подготовки и проведения Матча. Видеосъемка или голосовая запись Хоккеисток, Тренеров и иных должностных лиц Клубов, произведенная вне указанных зон Спортсооружения или с нарушениями ограничений, установленных конкретными Аккредитациями ЖХЛ, является основанием для приостановления действия Аккредитации ЖХЛ соответствующего представителя СМИ. Видеосъемка Хоккеисток, Тренеров и иных должностных лиц Клубов в местах для СМИ внутри Спортсооружений должна осуществляться на фоне баннера пресс-зоны ЖХЛ. Во время видеосъемки в кадре могут находиться только указанные лица и плакат ЖХЛ. Нарушение правил видеосъемки является основанием для приостановки действия Аккредитации ЖХЛ;
  - 3.8 получить гарантированное место на трибуне Спортсооружения на конкретный Матч из числа мест, предназначенных для размещения представителей СМИ, или рабочее место за специально оборудованным столом на пресс-трибуне;
  - 3.9 соблюдать в местах для СМИ этические нормы и следующие правила поведения:
    - 3.9.1 не допускается ношение любой атрибутики Клубов аккредитованными представителями СМИ. Наличие атрибутики является основанием для отказа в допуске представителя СМИ на пресс-трибуны, пресс-центр, Смешанную зону, зону для флеш-интервью, раздевалку команды или зал для пресс-конференций;
    - 3.9.2 не допускается проявление болельщических эмоций представителями СМИ и иными лицами, находящимися в силу их служебного положения на пресс-трибунах, Смешанной зоне, зоне для флеш-интервью, раздевалке команды, пресс-центре и зале для пресс-конференций, по отношению в какой-либо из участвующих в Матче команд, выходящее за рамки профессиональной журналистской этики;
    - 3.9.3 нарушение приведенных правил может являться основанием для приостановления действия Аккредитации ЖХЛ.
4. Аккредитованные СМИ обязаны:
- 4.1 при осуществлении профессиональной деятельности соблюдать Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», Регламент ЖХЛ, действующее Положение об аккредитации ЖХЛ;
  - 4.2 при осуществлении профессиональной деятельности уважать права, законные интересы, честь и достоинство сотрудников КХЛ и Клубов, а также иных лиц, принимающих участие и (или) организующих Чемпионат;

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- 4.3 проверять достоверность сообщаемой им информации;
- 4.4 удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;
- 4.5 извещать граждан и должностных лиц о проведении аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки с их участием;
- 4.6 предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность;
- 4.7 не распространять в СМИ, блогах и социальных сетях не соответствующие действительности сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию сотрудников КХЛ и Клубов, а также не соответствующие действительности сведения, подрывающие деловую репутацию КХЛ и Клубов;
- 4.8 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;
- 4.9 использовать видеофрагменты Матчей и иных официальных мероприятий ЖХЛ в теле-, видеопрограммах и (или) выкладываемых в Интернете СМИ, не являющихся Телевещателями ЖХЛ, исключительно на основании письменного разрешения КХЛ;
- 4.10 использовать полученные фото- и видеоизображения в информационных целях без права коммерческого использования и передачи третьим лицам;
- 4.11 СМИ и их представители несут также иные обязанности, установленные законодательством Российской Федерации о СМИ;
- 4.12 несоблюдение представителями аккредитованных СМИ обязанностей, предусмотренных Регламентом, является основанием для приостановления Аккредитаций ЖХЛ.

### Статья 26

#### Аккредитация на официальные мероприятия ЖХЛ

1. Пресс-служба ЖХЛ проводит дополнительную Аккредитацию ЖХЛ на официальные мероприятия КХЛ: «Матч Звезд», пресс-конференции ЖХЛ, церемонии награждения участников Чемпионата и другие.
2. Аккредитация ЖХЛ на официальные мероприятия ЖХЛ осуществляется согласно официальным заявкам от СМИ. Объявление о начале процедуры Аккредитации ЖХЛ на официальные мероприятия Лиги публикуется на сайте ЖХЛ, а также рассылается в редакции по электронной почте.
3. Порядок работы СМИ на официальных мероприятиях ЖХЛ определяется отдельно и доводится до сведения СМИ.

### Статья 27

#### Интервью

1. Общение Игроков и представителей Клуба с представителями средств массовой информации должно осуществляться через пресс-службу Клуба в соответствии с Регламентом. 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:
  - 2.1 по окончании тренировки до начала Матча;
  - 2.2 в зоне для флеш-интервью в перерывах и непосредственно по окончании Матча;

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- 2.3 в Смешанной зоне или раздевалке команды после окончания Матча;
- 2.4 в другое время в виде очного интервью;
- 2.5 личные ответы или ответы по телефону на вопросы, заранее присланные представителем СМИ;
- 2.6 письменные ответы на вопросы, заранее присланные представителем СМИ.
3. Перед началом Матча представители аккредитованных СМИ могут взять интервью у Хоккеисток и Тренеров обеих команд. Интервью должно завершиться не позднее чем за 90 (девяносто) минут до начала Матча.
4. Заявка на проведение интервью перед началом Матча должна быть подана в Клуб не позднее чем за 24 (двадцать четыре) часа до начала Матча. Из каждой команды в интервью могут участвовать не более трех Хоккеисток и один Тренер.
5. Общение Хоккеистки или Тренера Клуба с официальным Телевещателем КХЛ в перерывах Матча и непосредственно по его окончании возможно только в зоне для флеш-интервью.
6. После окончания каждого Матча в Смешанной зоне должны быть организованы послематчевые интервью с участием главных Тренеров обеих команд. Послематчевые интервью проводятся в специально оборудованном месте на фоне баннера пресс-зоны ЖХЛ не позднее чем через 20 (двадцать) минут после окончания Матча. Ответственность за организацию и проведение послематчевых интервью полностью лежит на Клубе – «хозяине».
7. После окончания Матча аккредитованные представители СМИ имеют право взять интервью у Хоккеисток в раздевалках команды Клуба-«хозяина». Пресс-служба Клуба-«хозяина» обязана организовать проход для интервью представителей СМИ в раздевалку команды хозяев через 7 (семь) минут после окончания каждого Матча. Продолжительность работы СМИ в раздевалке – не более 15 (пятнадцати) минут.
8. Лицо, ответственное за работу со СМИ Клуба-«гостя», имеет право допустить представителей СМИ в раздевалки своих команд после окончания Матча либо обязано обеспечить присутствие в Смешанной зоне Хоккеисток, выбранных для интервью представителями СМИ.
9. В течение 2 (двух) дней после объявления номинации «Лучший игрок месяца (недели или серии)» пресс-служба Клуба этой Хоккеистки обязана организовать интервью с ней для официального сайта ЖХЛ.
10. По запросу Лиги в течение двух дней после получения запроса пресс-служба Клуба должна организовывать интервью с Хоккеистками, Тренерами и (или) руководителями Клубов для официального интернет-сайта ЖХЛ.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*

### ГЛАВА 4

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ЖХЛ И КЛУБОВ

### Статья 28

#### Взаимодействие интернет-ресурсов ЖХЛ 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 раздел с составом команды (имена и фамилии Хоккеисток и Тренеров) с их фотографиями, регулярно обновляемые новостной раздел и раздел с фотографиями Матчей. Доменное имя второго уровня сайта должно принадлежать Клубу, в структуре которого находится команда. Размещение сайта на доменном имени сторонних веб-

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

сервисов не допускается.

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

2. Официальные интернет-сайты Клубов и сайт ЖХЛ представляют собой единое медиапространство, объединяемое единым навигационным меню, представляемым 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 ЖХЛ 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 ЖХЛ, интернет-сайты спонсоров, рекламодателей и партнеров ЖХЛ. 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 ЖХЛ предоставлять баннерное место на своем официальном интернет-сайте для размещения рекламных материалов спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата или проектов КХЛ/ЖХЛ. Данное баннерное место на официальном интернет-сайте Клуба должно располагаться в верхней части первого экрана и иметь размеры не менее 200 × 150 px.
6. Официальные интернет-сайты Клубов должны иметь на всех страницах счетчики посещаемости (Liveinternet или Google Analytics). В случае отсутствия публичного доступа к данным статистики по этим счетчикам Клубы обязаны предоставить КХЛ доступ к посещаемости сайта.
7. Клубы обязаны предоставлять КХЛ доступ в автоматическом режиме к ленте клубных новостей с правом их публикации на официальных интернет-ресурсах ЖХЛ (в том числе в мобильных приложениях).
8. Клуб обязан анонсировать каждый предстоящий Матч на главной странице официального интернет-сайта Клуба.
9. Текстовые трансляции и учет статистики Матчей ведутся Клубами в соответствии с требованиями Спортивного регламента ЖХЛ.

### Статья 29

#### Работа ЖХЛ и Клубов в социальных медиа

1. Команда ЖХЛ обязана иметь официальные страницы/ группы в крупнейших социальных сетях страны места регистрации Клуба, отличные от страниц команд, входящих в систему данного Клуба и выступающих в других лигах (КХЛ, ВХЛ, МХЛ, НМХЛ и другие) и в иных видах спорта. Официальные страницы команд ЖХЛ должны быть доступными (открытыми) для всех пользователей конкретной социальной сети. ЖХЛ и Клубы обязаны регулярно обновлять, не допуская отсутствия публикаций более 3 (трех) дней в течение сезона и 7 (семи) дней в межсезонье, и администрировать свои официальные страницы в социальных медиа в соответствии с действующим законодательством, в том числе с помощью модерации дискуссий пользователей и удаления неправомерного контента.

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

2. Клубы должны использовать социальные сети для создания у Болельщика позитивных эмоций от взаимодействия с Клубом, ЖХЛ и игрой в хоккей. Клубы должны строить свою работу с осознанием факта, что от их действий зависят имидж и привлекательность Клубов, ЖХЛ и игры в хоккей среди широкой публики.
3. Клубам запрещается использовать в социальных сетях выражения, изображения и видео, которые оскорбляют, подрывают или ставят под сомнение честь, профессиональные и личные качества Судей, КХЛ, других Клубов и их Хоккеисток или представителей, или Болельщиков.
4. Публикуя свои впечатления, мнения, комментарии и любые другие материалы для широкой общественности в социальных медиа, 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 ЖХЛ, 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.
5. В дни матчей Клуб обязан публиковать анонс (не позднее 4 часов до начала Матча), состав команды на Матч (до начала Матча), итоговый результат (не позднее 30 минут после окончания Матча), фото- (не позднее 12 часов после Матча) и видеобзор (с домашних Матчей не позднее 12 часов после окончания Матча). Социальные сети Клуба должны содержать фотографии и/или видео с тренировок команды, а также фотографии приезда команды на «домашние» Матчи.  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*

### ГЛАВА 5 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

#### Статья 30

##### **Вступление Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ в силу**

Регламент по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ вступает в силу с момента его утверждения Советом директоров ООО «КХЛ» и действует до момента утверждения нового Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ.

#### Статья 31

##### **Ответственность за неисполнение требований Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ**

В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения требований Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ на Клуб (или лицо, выполняющее управленческие функции), Хоккеистку могут быть наложены санкции в соответствии с Дисциплинарным регламентом ЖХЛ.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**  
**ПОЛОЖЕНИЕ О ПРЯМЫХ**  
**ИНТЕРНЕТ-ВИДЕОТРАНСЛЯЦИЯХ И ВИДЕООБЗОРАХ МАТЧЕЙ**  
*(в ред. от 27.07.2022. Протокол заседания Совета директоров ООО «КХЛ» № 133 от 27.07.2022)*

**1. Общие положения**

- 1.1. Положение о прямых интернет-видеотрансляциях Матчей (далее – Положение) разработано в целях унификации требований к интернет-видеотрансляциям Матчей и популяризации женского хоккея.
- 1.2. Все пункты настоящего положения обязательны к выполнению Клубами. За невыполнение пунктов данного Положения и соответствующих требований Регламента по маркетингу и коммуникациям ЖХЛ предусмотрены штрафы в соответствии с Дисциплинарным регламентом ЖХЛ.
- 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.
- 1.4. Клуб вправе размещать рекламу Клуба, включая рекламу спонсоров (партнеров, рекламодателей, лицензиатов) Клуба, перед интернет-видеотрансляцией, в перерывах между периодами и после завершения Матча путем размещения видеороликов, динамических или статических заставок. При этом Клуб обязан формировать отдельный сигнал интернет-видеотрансляции с рекламой Клуба и графикой, предоставленной КХЛ, для самостоятельного вещания такого сигнала на интернет-ресурсах Клуба.

**2. Обязанности Клуба**

- 2.1. Клуб обязан организовать производство прямой интернет-видеотрансляции Матча не менее чем 3 (три) видеокамерами цифрового HD-формата, кодирование сигнала и его доставку на указанный КХЛ интернет-сервер. Две камеры должны находиться по центру, напротив скамеек запасных, не ниже последнего ряда нижнего яруса Спортсооружения. Одна из указанных двух камер используется для съёмки общим планом (основная), вторая – крупным планом. Кадрирование при съёмке игрового отрезка крупным планом не должно быть более 25% игровой площадки с направленным акцентом на игроке (игроках), который является главной фигурой игрового момента. Третья камера должна использоваться для съёмки болельщиков, а также хоккеисток и тренеров, находящихся на скамейке запасных, крупным планом. ЖХЛ рекомендует использование при организации трансляций 4 (четырёх) и более камер и, по запросу Клуба, оказывает консультации по их эффективному размещению. Дополнительно при организации прямой трансляции Матча рекомендуется подключать и использовать камеры системы «Видеогол», которые располагаются за и над воротами;
- 2.2. Клуб обязан прислать для согласования в ЖХЛ план расстановки камер, используемых для трансляций, не позднее чем за 10 (десять) календарных дней до первого «домашнего» Матча команды в Регулярном чемпионате ЖХЛ.
- 2.3. Клуб обязан показывать повторы всех заброшенных шайб и других моментов (сэйвы, 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, ссылку на которые ЖХЛ передает в Клуб. Также Клуб может использовать в трансляциях, в перерывах между периодами, собственные

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

видеопроекты, формат и содержание которых должны быть предварительно согласованы с ЖХЛ.

- 2.5. Клуб обязан обеспечить наличие комментаторской позиции на Спортсооружении и работу комментатора трансляции в режиме реального времени.
- 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 ЖХЛ по запросу пресс-службы. Также Клуб обязан в соответствии с п. 21 статьи 53 Главы 9 Спортивного регламента ЖХЛ 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 ЖХЛ видеозаписи с камер, расположенных за и над воротами
- 2.7. В случае предоставления Лигой специальной графики для оформления трансляций и видеообзоров (хайлайтс) Матчей, а также программного обеспечения для ее использования, Клуб обязан обеспечить использование графики (с использованием всех функций программного обеспечения) при производстве трансляции и видеообзоров (хайлайтс) Матчей.

### 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 Гигабайт (Gb), 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 п. 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. Съёмочное 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). Должна быть произведена выгрузка из памяти лишних процессов (на вещательном оборудовании);
- 5.4. Настройка потока;
- 5.5. Проверка размещения и работоспособности графической системы;

## РЕГЛАМЕНТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОММУНИКАЦИЯМ ЖХЛ

- 5.6. Клуб обязан начать вещание и передачу сигнала не позднее, чем за 20 (двадцать) минут до старта Матча, а также самостоятельно запустить прямую трансляцию на канале ЖХЛ на сайте Youtube.com не позднее, чем за 5 минут до начала Матча;
- 5.7. 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 или программы. Не допускается остановка трансляции до ухода большинства Хоккеисток со льда;
- 5.8. При проведении видеотрансляций Матчей через сигнал, передаваемом в КХЛ, должны быть соблюдены следующие условия: отсутствие рекламных вставок и графическое оформление трансляции: логотип ЖХЛ, плей-офф, финал плей-офф; логотипы и названия Клубов, счет Матча, номер периода, синхронизированный обратный отсчет времени.
- 5.9. 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: 1280x720
- Frame Rate: 25
- Codec: H264/ 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.
- 7.2. Файл с хайлайтс 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 ЖХЛ 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), 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




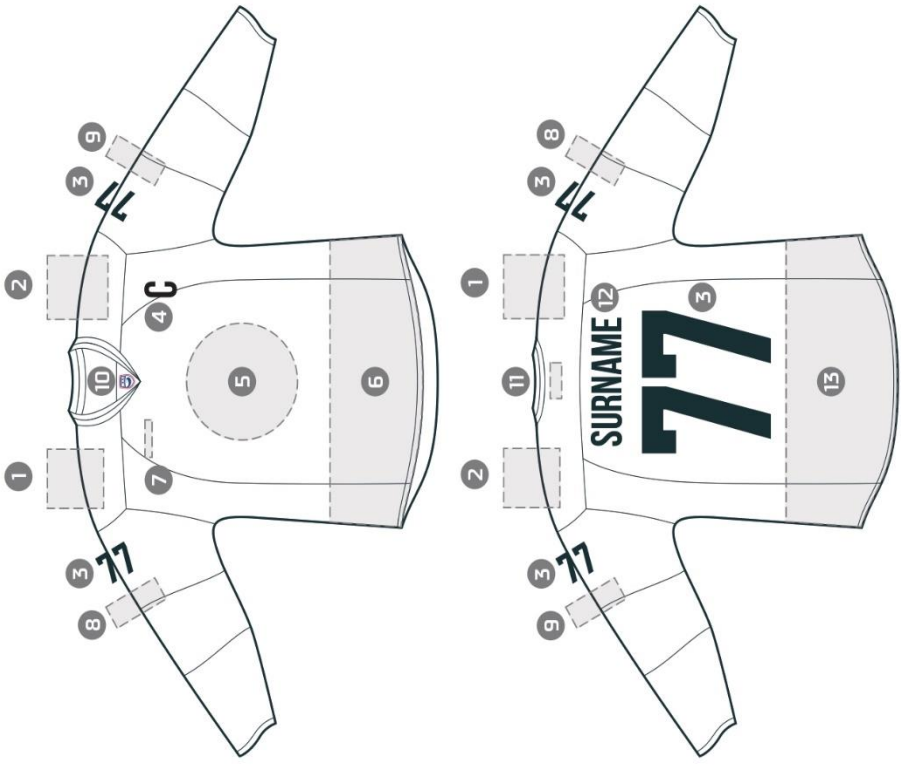
- 10-секундный период до взятия ворот). После взятия ворот необходимо крупным планом показать празднование команды. Затем, крупным планом с замедлением демонстрируется повтор ключевых секунд перед взятием ворот с моментом попадания шайбы в ворота. При первом показе шайбы сохраняется трансляционная графика, 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 демонстрации решения. Не засчитанные в результате видеопросмотра шайбы должны попадать в хайлайтс только крупным планом без развития атаки. Запрещается включать в хайлайтс всю процедуру видеопросмотра.
- 7.6.1. В случае проведения серии бросков, определяющей победителя Матча, в хайлайтс должны быть включены все заброшенные и отраженные в рамках серии шайбы.
  - 7.7. Сэйвы и опасные моменты попадают в хайлайтс с двух либо трех 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.
  - 7.8. Драка должна быть показана крупным планом с соответствующей моменту речью комментатора в трансляции Матча либо музыкальным сопровождением в соответствии с пп. 7.12. п.7 настоящего Приложения.
  - 7.9. 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 ЖХЛ.
  - 7.10. Хайлайтс завершается рукопожатием игроков, финальной статистикой матча или графикой с результатом игры хронометражем до 5 секунд.
  - 7.11. Общий хронометраж хайлайтс должен составлять не более 4 (четырёх) 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.
  - 7.12. Использование музыки допускается исключительно по предварительному согласованию с ЖХЛ. Разрешается использовать исключительно музыкальные фрагменты, предоставляемые ЖХЛ.
  - 7.13. Допускается использование эффекта замедления в повторах исключительно в финальной стадии момента. Скорость показа момента не может быть уменьшена более, чем на 30 процентов.
  - 7.14. Передаваемый видеобзор не должен содержать техническую информацию камер, рекламные материалы, а также накладываемые логотипы Клуба, спонсоров (партнеров, рекламодателей) Клуба и иные накладываемые логотипы.


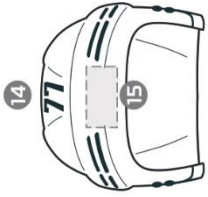

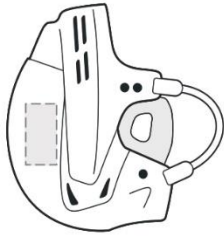

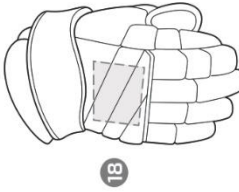

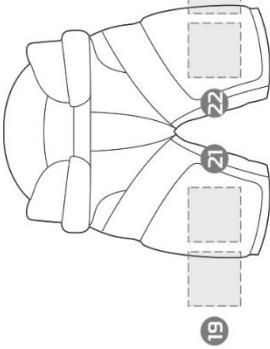
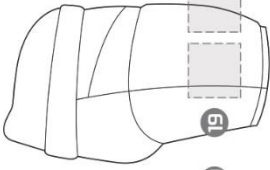
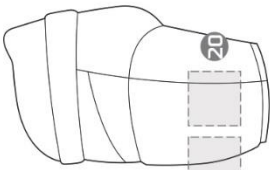
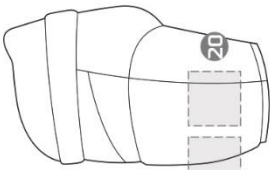


**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**  
**ШАБЛОН СОГЛАСОВАНИЯ ХОККЕЙНОЙ ФОРМЫ КЛУБА**

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 / СМУК.
- Для элемента 2 (номер Хоккеистки на спине и на рукавах) в обязательном порядке должны быть приведены все 10 цифр используемого шрифта.

 <p>ЖЕНСКАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА</p>	<p>КЛУБ _____ / КОМПЛЕКТ _____ / СЕЗОН 20____/20____</p>	<p><b>ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ</b> (в столбце необходимо разместить размеры носочных элементов, описание использованных материалов, технологии производства и т.д.)</p>	<p><b>ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ</b> (в столбце необходимо разместить логотипы компаний, эмблемы, шрифт номеров и т.д.)</p>
		<p><b>ЦВЕТА ФОРМЫ</b></p> <p><input type="checkbox"/> PANTONE/СМУК _____ <input type="checkbox"/> PANTONE/СМУК _____ <input type="checkbox"/> PANTONE/СМУК _____</p> <p><input type="checkbox"/> PANTONE/СМУК _____ <input type="checkbox"/> PANTONE/СМУК _____ <input type="checkbox"/> PANTONE/СМУК _____</p>	

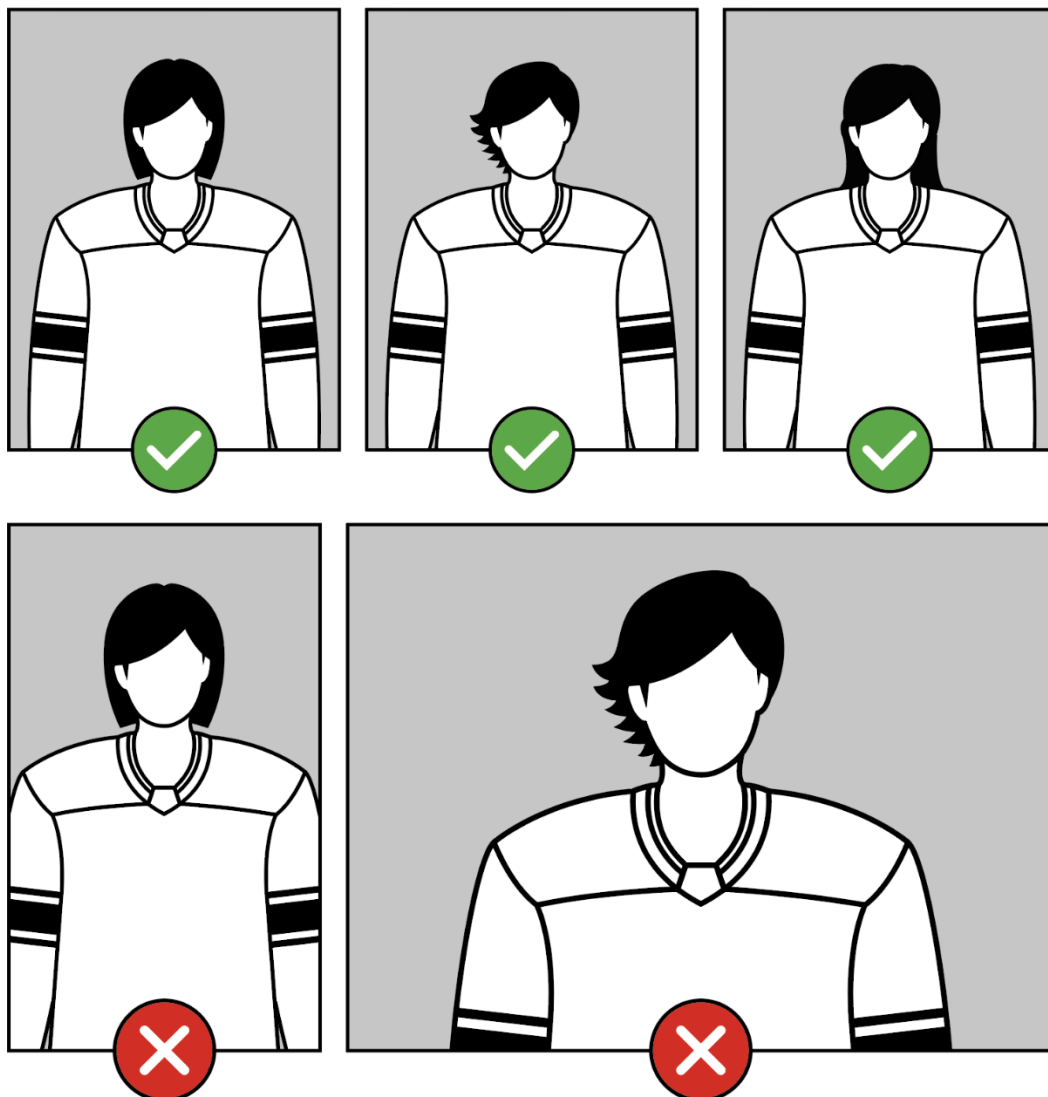
КЛУБ _____ / КОМПЛЕКТ _____ / СЕЗОН 20_____/20_____ 		ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ (в столбце необходимо разместить размеры носимых элементов, описание используемых материалов, технологии производства и т.д.)
		14 15
		16 17
		18 18
		19 20 21 22
		19 20 21 22
ЦВЕТА ФОРМЫ <input type="checkbox"/> PANTONE/CMYK _____ <input type="checkbox"/> PANTONE/CMYK _____ <input type="checkbox"/> PANTONE/CMYK _____ <input type="checkbox"/> PANTONE/CMYK _____		21 22

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3  
ФОРМАТ ФОТОГРАФИЙ К КОМПЛЕКТУ  
ЗАЯВОЧНЫХ ДОКУМЕНТОВ КЛУБОВ**

Заявочные фотографии Хоккеисток должны соответствовать следующим требованиям:

1. Статичное фото анфас:

- Хоккеистка должна быть без шлема; положение тела прямое (не вполоборота);
- фон для съёмки должен быть однородным и одинаковым для всех Хоккеисток команды;
- фотография не должна иметь резких теней и бликов;
- на Хоккеистке должен быть надет актуальный «домашний» игровой свитер команды ЖХЛ;
- Фотографии должны быть не обрезанными по краям с полной шириной плеч. Между верхним краем фотографии и головой Хоккеистки должно быть пространство. Плечи и локти Хоккеисток должны полностью попадать на фотографию, их обрезка запрещена. На фотографии Хоккеистка должна быть минимум до пояса, логотип команды должен быть виден полностью.



2. Фото в динамике:

- Хоккеистка должна быть сфотографирована без шлема и в полный рост;
- Фотография должна быть сделана на льду;

На фотографии не должно быть видно никого кроме Хоккеистки.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4  
ОБРАЗЕЦ БИОГРАФИИ ХОККЕИСТКИ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЙ В ЖХЛ

Биография хоккеистки должна содержать информацию о городе рождения, возрасте, в котором она начала заниматься хоккеем, информацию о детско-юношеской спортивной школе. В раздел карьера вносятся команды, за которые Хоккеистка выступала на профессиональном уровне, с годами выступлений. После индивидуальных достижений перечисляются интересные факты о Хоккеистке, в которых должна быть информация о хобби, любимых книгах, фильмах и игроках в хоккей. К анкете прилагаются ссылки на личные страницы Хоккеисток в социальных сетях.

Биографии предоставляются в формате .doc либо .docx.

**СНЕЖАННА РИВНАЯ (персонаж вымышленный)**

Родилась в Воскресенске (Московская область). Хоккеем начала заниматься в 7 лет.

Воспитанница «СДЮСШОР по хоккею» (Московская область).

**Карьера:**

«Арктик-Университет» (Ухта), 2017;  
«СК Горный» (Санкт-Петербург), 2017 – 2020;  
«Бирюса» (Красноярск), 2020 – наст. время.

**Достижения:**

Лучший бомбардир Первенства Московской области (2016/17) в составе «Атланта»  
Чемпион Турнира Шести Наций в составе Олимпийской сборной России (2019).

**Интересные факты:**

**В хоккей пришла по стопам брата:** сначала просто играла с ним во дворе, затем родители записали в хоккейную секцию.

**Начинала тренироваться в команде мальчиков,** но вскоре в Воскресенске создали группы подготовки для девочек, в которую и перевели Оксану.

**До 14 лет выступала за команду мальчиков «Химик»** Воскресенск 2002 г.р. Одновременно выступала за девичью команду «Атлант» (Воскресенск) и за сборную Московской области.

**Хобби:** только хоккей.

**Любимые книги:** серия Джена Синсеро «Ни Сы», «Не ной», «Не тупи»

**Любимый фильм:** «Легенда №17»

**Любимые игроки:** Сергей Мозякин, Ольга Сосина, Александра Карпенгер.

**Профили в социальных сетях:**

<https://www.instagram.com/snejannahockey/>