

РЕГЛАМЕНТ
Чемпіонату України з хокею з шайбою –
Чемпіонату Української хокейної ліги Парі-матч
сезону 2019-2020 років

РЕГЛАМЕНТ З МАРКЕТИНГУ
І КОМУНІКАЦІЙ

Зміст

| | |
|---|-----------|
| ГЛАВА 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ..... | 3 |
| Стаття 1. Основні напрямки діяльності УХЛ в області маркетингу і комунікацій..... | 3 |
| ГЛАВА 2. ДІЯЛЬНІСТЬ УХЛ І КЛУБІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ ПРАВ..... | 3 |
| Стаття 2. Права УХЛ | 3 |
| Стаття 3. Права Клубів | 4 |
| Стаття 4. Обов'язки Клубів | 4 |
| Стаття 5. Розподіл рекламного простору та вимоги до виготовлення і розміщення рекламних матеріалів..... | 5 |
| Стаття 6. Вимоги до фотографій учасників Чемпіонату..... | 7 |
| ГЛАВА 3. ДІЯЛЬНІСТЬ УХЛ І КЛУБІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНИХ ПРАВ..... | 7 |
| Стаття 7. Обов'язки Клубів при реалізації мовних прав | 7 |
| Стаття 8. Забезпечення умов розміщення обладнання на спортивних спорудах | 7 |
| Стаття 9. Організація рекламних пауз під час матчу | 8 |
| ГЛАВА 4. ВЗАЄМОДІЯ УХЛ І КЛУБІВ ЗІ ЗМІ..... | 9 |
| Стаття 10. Напрями і порядок співпраці УХЛ і Клубів зі ЗМІ..... | 9 |
| Стаття 11. Обов'язки Клубів по роботі зі ЗМІ..... | 9 |
| ГЛАВА 5. ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ УХЛ І КЛУБІВ..... | 10 |
| Стаття 12. Взаємодія інтернет-ресурсів УХЛ і Клубів | 10 |
| ГЛАВА 6. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ..... | 10 |
| Стаття 13. Вступ цього Регламенту в силу..... | 10 |
| Стаття 14. Відповідальність за невиконання вимог чинного Регламенту..... | 10 |

ГЛАВА 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Основні напрямки діяльності УХЛ в області маркетингу і комунікацій

1. Відповідно до положень цього Регламенту УХЛ здійснює комерційну діяльність з питань розпорядження майновими правами на Чемпіонат (реалізація комерційних і мовних прав), видавничої і мовної діяльності, діяльності по просуванню товарних знаків УХЛ.

2. Основні напрямки діяльності УХЛ:

2.1. Розпорядження комерційними правами, а саме винятковими правами на використання найменування Чемпіонату і його символіки, на розміщення реклами товарів, робіт і послуг в місцях проведення матчів Чемпіонату, на визначення статусів офіційних виробників спортивного екіпірування, спортивного обладнання та інвентарю, які використовуються в Чемпіонаті, а також іншими правами на використання найменування Чемпіонату і його символіки, так чи інакше пов'язаними зі статусом організатора Чемпіонату.

2.2. Розпорядження мовними правами, а саме винятковими правами на висвітлення Чемпіонату за допомогою трансляції зображення та / або звуку будь-якими способами та за допомогою будь-яких технологій, а також за допомогою здійснення записів трансляцій, фотозйомок Чемпіонату, а також іншими правами на висвітлення Чемпіонату так чи інакше пов'язаними зі статусом організатора Чемпіонату.

2.3. Здійснення взаємодії зі ЗМІ.

ГЛАВА 2. ДІЯЛЬНІСТЬ УХЛ І КЛУБІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ ПРАВ

Стаття 2. Права УХЛ

1. УХЛ, як розпорядник майнових прав на Чемпіонат, здійснює реалізацію всіх комерційних прав з правом здійснення наступних дій:

1.1. Силами штатних співробітників здійснює контроль за виконанням і розміщенням Клубами рекламних матеріалів відповідно до вимог цього Регламенту та умов Угоди про розподіл рекламного простору, станом рекламних матеріалів на спортивних спорудах, а також контролює виконання Клубами інших вимог Регламенту.

1.2. Притягує до передбаченої Дисциплінарним Регламентом відповідальності Клуби, Хокеїстів, тренерів, інших офіційних представників Клубів, Суддів за порушення норм цього Регламенту.

1.3. Проводить акредитацію і контролює допуск на матчі Чемпіонату і інші офіційні заходи УХЛ представників ЗМІ.

1.4. Використовує самостійно, надає і контролює використання третіми особами прав на назви, зображення офіційної атрибутики та символіки Чемпіонату, включаючи:

1.4.1. зображення нагородної атрибутики Чемпіонату;

1.4.2. товарні знаки і інші позначення і засоби індивідуалізації, символіку та інші результати інтелектуальної діяльності Клубів;

1.4.3. зображення ПІБ, зразки підпису та почерку, зовнішній вигляд, стилізовані і фотографічні образи Хокеїстів в Клубному екіпіруванні, а також випадки, коли такі зображення є основним об'єктом використання.

1.5. Залучає партнерів і рекламодавців Чемпіонату, виробників екіпірування, а також резервує товарні категорії з метою забезпечення виключності залучених партнерів і рекламодавців в їх товарних категоріях. Для цього не пізніше ніж за 10 календарних днів до початку Чемпіонату УХЛ направляє в Клуби інформаційний лист з переліком зарезервованих за УХЛ товарних категорій, а також погоджує товарні категорії, місця розміщення і зовнішній вигляд рекламних матеріалів спонсорів, партнерів і рекламодавців Клубів під час проведення «домашніх» матчів з

- правом відмовити в їх узгодженні при перетині по товарних категоріях, зарезервованих за УХЛ.
- 1.6. Використовує рекламні можливості спортивних споруд, обладнання спортивних споруд та проводить будь-якого роду рекламні акції та спеціальні маркетингові заходи під час проведення матчів Чемпіонату та інших офіційних заходів УХЛ.
 - 1.7. Виробляє і надсилає за свій рахунок в Клуби рекламні матеріали спонсорів, партнерів і рекламодавців Чемпіонату для розміщення ззовні та всередині спортивних споруд під час проведення матчів Чемпіонату та інших заходів УХЛ, а також для розміщення на екіпіруванні Хокеїстів, тренерів та інших осіб під час проведення матчів Чемпіонату та інших заходів УХЛ.
 - 1.8. Виробляє і реалізує товари з назвою та / або атрибутикою Чемпіонату і Клубів (Хокеїстів), включаючи сувенірну продукцію, а також надає зазначені права третім особам.
 - 1.9. Здійснює контроль за використанням відео- та фотозображень матчів Чемпіонату та інших заходів УХЛ, включаючи виробництво і передачу телевізійних і радіотрансляцій, трансляцій в мережі Інтернет та фотозйомок матчів Чемпіонату та інших заходів УХЛ.
 - 1.10. Присвоює офіційні статуси і титули спонсорам, партнерам і рекламодавцям Чемпіонату та інших заходів УХЛ.
 - 1.11. Популяризує Чемпіонат, Клуби і хокей в цілому шляхом здійснення рекламної, виставкової, просвітницької діяльності, співпраці зі ЗМІ, а також видавничої та мовної діяльності, інформаційного наповнення офіційного сайту УХЛ тощо.
 - 1.12. Здійснює зовнішню і внутрішню комунікацію, висвітлюючи Чемпіонат, діяльність УХЛ і Клубів в засобах масової інформації.
2. Форма суддів є винятковим рекламним місцем для розміщення рекламних матеріалів УХЛ.

Стаття 3. Права Клубів

1. Клуби можуть використовувати частину прав на Чемпіонат, в тому числі в комерційних цілях, в порядку та на умовах, передбачених цим Регламентом, Договором про участь у Чемпіонаті та Угодою про розподіл рекламного простору. Використання товарних знаків УХЛ без згоди власника прав, не пов'язаних з Чемпіонатом, є неприпустимим і буде кваліфіковано відповідно до чинного законодавства України.
2. Частина прав на розміщення реклами на спортивних спорудах, екіпіруванні Хокеїстів, телевізійних трансляціях під час проведення «домашніх» матчів Чемпіонату може використовуватися Клубами відповідно до цього Регламенту, Договору про участь у Чемпіонаті та Угодою про розподіл рекламного простору.

Стаття 4. Обов'язки Клубів

1. Клуб зобов'язаний мати у своїй структурі особу відповідальну за розміщення реклами на спортивних спорудах, екіпіруванні, обладнанні, інтернет-сайті та поліграфічної продукції відповідно до вимог цього Регламенту.
2. При проведенні кожного «домашнього» матчу Клуб зобов'язаний:
 - 2.1. За свій рахунок забезпечувати належне розміщення наданих УХЛ рекламних матеріалів і інформації про спонсорів, партнерів та рекламодавців. У разі пошкодження рекламних матеріалів УХЛ під час проведення матчів Чемпіонату (в результаті нормального зносу) УХЛ надає Клубу рекламні матеріали для заміни пошкоджених.
 - 2.2. Забезпечувати наявність банерів змішаної зони.
 - 2.3. Не допускати фактів проведення інтерв'ю не на фоні банерів змішаної зони.
 - 2.4. Розміщувати логотипи УХЛ, спонсорів, партнерів та рекламодавців Чемпіонату, а також рекламні модулі Чемпіонату на поліграфічній продукції, що випускається Клубом.
 - 2.5. На підставі попередньої заявки УХЛ забезпечувати на безоплатній основі можливість

проведення промоутерських заходів, демонстрування та розповсюдження продукції та рекламних матеріалів спонсорів, партнерів і рекламодавців Чемпіонату під час проведення «домашніх» матчів.

2.6. На підставі попередньої заявки УХЛ забезпечувати на безоплатній основі можливість видавати рекламні матеріали УХЛ в квиткових касах Клубу разом з квитками на матчі.

2.7. Не допускати розміщення будь-яких рекламних матеріалів Клубу, що мають перетин з зарезервованим за УХЛ товарними категоріями всередині спортивної споруди та ззовні на території, що примикає до спортивної споруди.

2.8. Забезпечувати належний стан і підтримку зовнішнього вигляду рекламних матеріалів УХЛ.

2.9. Забезпечувати продаж для глядачів хокейної атрибутики, символіки, сувенірів, відеоматеріалів, поліграфічної продукції, включаючи продаж наданої УХЛ продукції.

2.10. Забезпечувати музичне заповнення перерв і пауз, що виникають при зупинці основного часу матчу, організацію розважальних програм для глядачів.

2.11. Направляти в УХЛ для узгодження перелік спонсорів, партнерів і рекламодавців Клубу.

2.12. Забезпечувати участь обраних УХЛ Хокеїстів, тренерів і керівників Клубу в фото- і відеозйомках та інших заходах, організованих УХЛ.

2.13. Використовувати у всіх видах друкованої продукції Клубу, на офіційному інтернет-сайті Клубу та будь-яких інших видах написання імен і прізвищ Хокеїстів і тренерів відповідно до заявочного списку, що подається в УХЛ.

2.14. Забезпечувати протягом усього Чемпіонату розміщення на всіх сторінках офіційного інтернет-сайту Клубу банерних рекламних посилань на офіційний інтернет-сайт УХЛ.

2.15. До 25 числа кожного місяця надавати фотозвіт про розміщення рекламних матеріалів.

2.16. При розміщенні на льоду спортивної споруди рекламних матеріалів забезпечувати повну видимість офіційної розмітки відповідно до Правил гри в хокей, а також вжити всіх можливих заходів до забезпечення належної білизни, прозорості, відсутності каламутності льоду.

2.17. Демонструвати на медіакубі, мультимедійному табло, а також мультимедійних екранах, встановлених на льодовій арені, затверджену рекламу спонсорів та партнерів УХЛ, а також рекламу Клубу за погодженням з УХЛ.

2.18. За попереднім запитом не пізніше ніж за 12 годин до початку матчу, надавати УХЛ на безоплатній основі квитки на відповідну гру Чемпіонату для власних потреб у кількості не більш ніж 10 штук.

2.19. Адмініструвати систему електронного продажу квитків на матчі Клубу, у разі наявності відповідного договору між Лігою та оператором з продажу онлайн-квитків. Зокрема: заздалегідь розміщувати анонси матчів, контролювати продаж та розподіл місць і т.д.

2.20. З метою підвищення зацікавленості відвідувачів, забезпечувати наявність та активність групи підтримки (чірлідінг) та талісмана команди (маскот) на матчах, а під час перерв між періодами – проводити активні конкурси на льоду для уболівальників.

2.21. Під час рекламних пауз забезпечувати очистку льодової поверхні біля лав запасних та воріт команд силами вихованців місцевої дитячо-юнацької школи або залучених членів групи підтримки (чірлідерів).

2.22. Напередодні початку регулярного сезону та першого матчу плей-офф проводити відкриті тренування із залученням уболівальників та представників ЗМІ.

Стаття 5. Розподіл рекламного простору та вимоги до виготовлення і розміщення рекламних матеріалів

5.1. Рекламна діяльність Української хокейної ліги та Клубів здійснюється відповідно до договорів, укладених зі спонсорами та іншими рекламодавцями.

5.2. Для реалізації власних комерційних прав, рекламні місця на ігровій формі хокеїстів та

«домашніх» льодових аренах Клубів розділяються між Лігою та Клубом у відповідних квотах.

5.3. Форма Суддів (шолом, суддівський светр) є винятковим рекламним місцем для розміщення рекламних матеріалів Ліги.

5.4. Розподіл місць на ігровій формі хокеїстів.

5.4.1. За Лігою закріплюються наступні місця:

- фронтальна поверхня ігрового шолома (6х4 см);
- задня частина ігрового шолома (6х6 см);
- нижня частина коміра ігрового светра (6х6 см);
- згин правого і лівого рукава на ігровому светрі (13х18 см);
- верхня частина правого і лівого передпліччя на ігровому светрі (7х10 см);
- задня частина ігрового светра під номером (70х25 см);
- хокейні шорти з переднього боку (2 місця 20х20 см).
- стікери на захисному склі льодового майданчика.

5.4.2. За Клубом закріплюються наступні місця:

- бокова поверхня ігрового шолома з обох сторін (10х8 см);
- плечі ігрового светра (20х20 см);
- задня частина ігрового светра над номером (10х3 см);
- передня частина ігрового светра під логотипом Клуба (70х25 см);
- хокейні шорти з заднього боку (2 місця 20х20 см).

5.4.3. Квоти Ліги і Клубів на ігровій формі хокеїстів є незалежними один від одного (крім випадків перетину по товарних категоріях), і можуть заповнюватися в будь-який час по ходу сезону.

5.5. Розподіл місць на льодовій поверхні арен Клубів.

5.5.1. За Лігою закріплюються наступні місця:

- 4 місця між синіми лініями і колами вкидання в кінцевих зонах (600х600 см кожне);
- 2 місця між синіми лініями і центральним колом вкидання (1000х200 см кожне);
- 2 місця між червоною і синьою лініями по діагоналі від центрального кола вкидання (500х500 см кожне);
- 2 місця між колами для вкидання у кінцевих зонах (500х500 см кожне);
- 2 місця між синьою лінією і воротами (1200х250 см);
- 2 місця в колах для вкидання у кінцевих зонах по діагоналі від центрального кола вкидання (діаметр 900 см кожне).

5.5.2. За Клубом закріплюються наступні місця на «домашній» арені:

- 2 місця в колах для вкидання у кінцевих зонах по діагоналі від центрального кола вкидання (діаметр 900 см кожне);
- 2 місця між червоною і синьою лініями по діагоналі від центрального кола вкидання (500х500 см кожне);
- по 2 місця за воротами у кінцевих зонах (500х250 см кожне).

5.5.3. Центральне коло вкидання є винятковим місцем для розміщення логотипу Клубу.

5.5.4. Рекламні матеріали на льодовій поверхні повинні забезпечувати повну видимість хокейної розмітки відповідно до офіційних Правил гри в хокей.

5.6. Порядок використання квот на рекламних бортах льодових арен із зазначенням конкретних місць як в зоні видимості телекамер, так і поза нею, Ліга направляє в Клуб не пізніше ніж за 2 тижні до початку сезону. Квота Клуба становить не менше 17% від загальної кількості рекламних бортів.

5.7. У разі відсутності можливості використати повністю власну квоту Клуба на бортах льодових

арен, Клуб зобов'язаний надати можливість тимчасового розміщення на зазначених місцях рекламних матеріалів Ліги.

5.8. Рекламні матеріали на льодовій поверхні і бортах повинні мати білий фон.

5.9. Ліга за власний кошт виготовляє і передає в Клуби рекламні матеріали в рамках відповідної квоти для розміщення на елементах ігрової форми і «домашніх» льодових аренах Клубів.

5.10. Виготовлення та розміщення рекламних матеріалів в рамках квоти Клуба проводиться за рахунок коштів Клуба.

5.11. Взаємодія Клубів з питань, пов'язаних з рекламною діяльністю, здійснюється з Департаментом маркетингу Української хокейної ліги.

5.12. На типових аренах Клубів, які були побудовані у 2008-2013 рр., в тому числі за державною програмою «Хокей України», рекламні місця на балконі другого поверху розподіляються наступним чином: Ліга – 75%, Клуб – 25%. У разі неповного заповнення клубної квоти, Ліга може використати вільні місця для розміщення спонсорів та партнерів Ліги.

5.13. Розподіл місць на льодовому комбайні.

5.13.1. За Лігою закріплюються місця на бокових частинах машини.

5.13.2. За Клубом закріплюються місця на передній та верхній частинах машини.

5.14. Рекламні місця на фасаді льодової арени розподіляються у пропорції 50/50, у разі відповідного запиту від Ліги на розміщення реклами.

Стаття 6. Вимоги до фотографій учасників Чемпіонату

1. Перераховані нижче матеріали надаються Клубами для використання в маркетингових цілях.

2. Для участі в Чемпіонаті Клуби разом з комплектом документів прикладають до заявочних листів кольорові фотографії (на електронному носії):

2.1. Керівників Клубу, тренерів та обслуговуючого персоналу команди (із зазначенням прізвища, ініціалів та посади) анфас у офіційному одязі Клубу.

2.2. Всіх Хокеїстів команди індивідуально в «домашній» хокейній формі Клубу нового сезону, статичне фото анфас – без шолома, мінімум до пояса, положення тіла прямо (без впівоберта), на однорідному фоні (контрастному щодо кольору форми), без різких тіней.

2.3. Групову фотографію команди в «домашній» хокейній формі Клубу нового сезону.

ГЛАВА 3. ДІЯЛЬНІСТЬ УХЛ І КЛУБІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНИХ ПРАВ

Стаття 7. Обов'язки Клубів при реалізації мовних прав

1. При проведенні будь-якого «домашнього» матчу Клуби зобов'язані:

1.1. Забезпечувати права УХЛ і акредитованих ЗМІ на організацію будь-якого роду відеозйомок і звукозапису, включаючи проведення телевізійних і радіотрансляцій матчу. Не допускати випадків несанкціонованої УХЛ відеозйомки і звукозапису на спортивних спорудах в день проведення матчу або інших випадків порушення винятковості прав УХЛ.

1.2. Забезпечувати безкоштовно для телевізійного партнера УХЛ необхідні підключення (електроживлення, звукові і телевізійні комунікації) телевізійної техніки, що здійснює телевізійну зйомку «домашніх» матчів Клубу, а також сприятливі умови для роботи персоналу телевізійного партнера УХЛ, що забезпечує телевізійну зйомку матчів.

1.3. Не допускати зривів і затримок трансляцій матчів.

Стаття 8. Забезпечення умов розміщення обладнання на спортивних спорудах

1. Клуби зобов'язані спільно з УХЛ розробити і узгодити План розстановки необхідного обладнання.

2. Відповідно до Плану, затвердженого для кожної спортивної споруди, Клуб повинен забезпечувати:

- 2.1. Паркування автотранспорту телемовників, Пересувних телевізійних станцій (ПТС), станцій супутникового зв'язку тощо.
- 2.2. Розміщення телевізійної техніки за межами спортивної споруди і безпосередньо на арені, спорудження місць для встановлення камер (стаціонарні верстати і платформи).

Стаття 9. Організація рекламних пауз під час матчу

1. Під час матчу оголошуються 5 (п'ять) рекламних пауз, тривалістю по 70 секунд кожна.
2. Процедура оголошення рекламних пауз:
 - 2.1. Серед суддів за межами льодового майданчика визначається координатор рекламних пауз. За попереднім погодженням з УХЛ цю роль може виконувати працівник Клубу-господаря.
 - 2.2. Коли підходить час рекламної паузи, координатор рекламних пауз сигналізує Головному судді матчу про настання рекламної паузи.
 - 2.3. Після сигналу зупинки гри, поданого Головним суддею матчу, і за умови виконання вимог пунктів 3 і 6 цієї статті, рекламний координатор засікає час.
 - 2.4. Один з лінійних суддів розміщує шайбу на льоду в тому місці, де відбудеться наступне вкидання, в той час як Головний суддя направляє до лави суддів. Хокеїсти направляються до своїх лав запасних, інший лінійний суддя розташовується між лавами запасних.
 - 2.5. На позначці 50 секунд координатор рекламних пауз повідомляє Головному судді про подачу свистка Хокеїстам слідувати до місця вкидання шайби.
 - 2.6. На позначці 65 секунд Лінійний суддя на вкиданні отримує сигнал від координатора рекламних пауз про продовження гри.
 - 2.7. На позначці 70 секунд матч повинен бути відновлений.
 - 2.8. До винятків належать рекламні паузи, які оголошуються в випадках:
 - 2.8.1. травми Хокеїста;
 - 2.8.2. пошкодження або відновлення ігрової зони (скла, бортів, захисної сітки);
 - 2.8.3. будь-якої нештатної затримки, яка вимагає додаткового часу для вирішення ситуації.
3. Рекламні паузи можливі тільки при зупинці гри в рівних складах команд (чотири Хокеїста на чотири Хокеїста, п'ять на п'ять або шість на шість). Якщо в одній команді на одного Хокеїста менше і оголошується штраф для іншої команди, рекламна пауза забороняється.
4. Рекламні паузи проводяться після першої зупинки гри і наступного часу на годиннику гри:
 - 4.1. Перший період:
пауза № 1 – 14:00 хвилин до завершення періоду;
пауза № 2 – 8:00 хвилин до завершення періоду.
 - 4.2. Другий період:
пауза № 3 – 14:00 хвилин до завершення періоду,
пауза № 4 – 8:00 хвилин до завершення періоду.
 - 4.3. Третій період:
пауза № 5 – з 14:00 хвилини до 2:00 хвилини до завершення періоду.
Рекламна пауза за тридцять секунд до закінчення першого і другого, за дві хвилини до закінчення третього періоду та в додатковий час не проводиться.
5. Рекламна пауза неможлива, коли перша зупинка проводиться через закинуту шайбу або після прокидання. У цих випадках рекламна пауза буде оголошена після наступної зупинки гри. Якщо прокидання збігається з накладенням штрафу / штрафів, які впливають на чисельний склад на льоду, рекламна пауза буде оголошена в звичайному порядку.
6. У разі, якщо в зазначений часовий проміжок рекламна пауза не оголошується через штрафи, пропущена рекламна пауза буде проводитися після першої зупинки гри наступного часового проміжку. Друга рекламна пауза буде оголошена після двох зупинок гри після першої рекламної паузи в даному часовому проміжку. У разі інциденту, при якому пропускається друга рекламна пауза, процедура повторюється до тих пір, поки не будуть взяті всі рекламні паузи. Виняток, коли

на Хокеїста накладається великий п'ятихвилинний (що не збігається) штраф. В цьому випадку рекламна пауза повинна бути оголошена після свистка.

7. Під час рекламних зупинок:

7.1. Воротарям дозволено пройти до лав запасних.

7.2. Командам дозволено міняти ланки після того, як Головний суддя дає свисток, який сигналізує командам про необхідність повертатися до зони вкидання, коли залишається 20 секунд до закінчення рекламної паузи. Дані зміни ланок проводяться за тими ж правилами, що і звичайна зміна ланок під час зупинки гри.

7.3. За 20 секунд до закінчення рекламної паузи командам дозволено брати тайм-аут у головного судді, після того, як він дасть сигнал про повернення в зону вкидання.

ГЛАВА 4. ВЗАЄМОДІЯ УХЛ І КЛУБІВ ЗІ ЗМІ

Стаття 10. Напрями і порядок співпраці УХЛ і Клубів зі ЗМІ

1. Взаємодія УХЛ і Клубів зі ЗМІ здійснюється прес-службою УХЛ за наступними напрямками:

1.1. Надання інформації ЗМІ через офіційні інтернет-сайти УХЛ і Клубів, а також шляхом розсилки офіційних прес-релізів УХЛ і Клубів в редакції ЗМІ.

1.2. Індивідуальні зустрічі представників УХЛ і Клубів з представниками ЗМІ за межами спортивних споруд, на яких здійснюється проведення матчів Чемпіонату.

1.3. Надання представникам ЗМІ можливостей по здійсненню професійної діяльності на спортивних спорудах, на яких здійснюється проведення матчів Чемпіонату.

Стаття 11. Обов'язки Клубів по роботі зі ЗМІ

1. Обов'язки Клубу по співпраці із засобами масової інформації:

1.1. Дотримуватися положення УХЛ про єдину інформаційну політику.

1.2. Мати в штатній структурі співробітника, відповідального за зв'язки з громадськістю та ЗМІ, проведення прес-конференцій, підготовку інформаційних матеріалів, моніторинг ЗМІ, виконання передбачених цим Регламентом обов'язків Клубу по акредитації представників ЗМІ.

1.3. При проведенні будь-якого матчу команди Клубу забезпечувати участь головного тренера в післяматчевій прес-конференції, спілкування мінімум трьох Хокеїстів Клубу, обраних представниками ЗМІ, в змішаній зоні. Під час прес-конференції головний тренер команди зобов'язаний дати коментар по матчу, а потім, дотримуючись норм корпоративної етики і утримуючись від прояву емоцій, відповісти на запитання представників акредитованих ЗМІ.

1.4. Забезпечувати при проведенні будь-якого «домашнього» матчу дотримання представниками ЗМІ умов їх акредитацій. Не допускати в зони, призначені для роботи ЗМІ, представників ЗМІ, які не мають акредитацій.

1.5. Під час виїзних матчів Клубу в команді повинна знаходитися особа, відповідальна за роботу з пресою. Контактні телефони даного співробітника Клубу повинні бути надані прес-службі УХЛ не пізніше ніж за 5 днів до початку Чемпіонату.

1.6. Не допускати невмотивованої відмови від інтерв'ю Хокеїстами після закінчення матчу.

1.7. Забезпечувати за запитом транслятора спілкування одного Хокеїста або тренера Клубу з офіційними телемовниками УХЛ в зоні для флеш-інтерв'ю в перервах матчу, трансляція якого здійснюється в прямому ефірі або в записі.

1.8. Не допускати поширення в ЗМІ і в Інтернеті інформації (фільмів, зображень, звернень тощо), що носять образливий, провокаційний характер стосовно Клубу-суперника, УХЛ, Суддів, а також співробітників і представників УХЛ.

1.9. Забезпечити проведення відкритого для представників акредитованих ЗМІ тренування команди в будь-який день (на розсуд Клубу) протягом сезону, а також в період між закінченням Першого етапу Чемпіонату і початком Другого етапу Чемпіонату.

1.10. Забезпечити належні умови для представників акредитованих ЗМІ для виконання ними своїх професійних обов'язків.

ГЛАВА 5. ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ УХЛ І КЛУБІВ

Стаття 12. Взаємодія інтернет-ресурсів УХЛ і Клубів

1. Офіційні інтернет-сайти УХЛ і Клубів є єдиним медіапростором.

2. Протягом Чемпіонату Клуби зобов'язані забезпечувати розміщення на всіх сторінках офіційного інтернет-сайту Клубу наданих УХЛ макетів банерних матеріалів з гіперпосиланнями на офіційний інтернет-сайт УХЛ, інтернет-сайти спонсорів, партнерів і рекламодавців Чемпіонату.

3. Клуби зобов'язані на вимогу УХЛ надавати банерне місце на своєму офіційному інтернет-сайті для розміщення рекламних матеріалів спонсорів (партнерів, рекламодавців) Чемпіонату або проектів УХЛ. Дане банерне місце на офіційному інтернет-сайті Клубу має розташовуватися в першому екрані і мати розміри не менше 200 × 150 рх.

4. Клуб-господар протягом 2 годин після закінчення домашнього матчу зобов'язаний:

4.1. Опублікувати на своєму інтернет-сайті звіт про матч.

4.2. Опублікувати на своєму інтернет-сайті коментарі головних тренерів команд, озвучені на післяматчевій прес-конференції.

4.3. Надіслати до УХЛ не менше 50 різноманітних (загальні плани, емоції, рух хокеїстів) фотографій з матчу (в т.ч. післяматчевої прес-конференції) високої якості (щонайменше 4000 рх шириною), не менше 20 з яких мають бути портретними крупним планом, для публікації на інтернет-сайті УХЛ.

ГЛАВА 6. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 13. Вступ цього Регламенту в силу

Цей Регламент набирає чинності з моменту затвердження Загальними зборами учасників УХЛ і діє до моменту затвердження нового Регламенту УХЛ.

Стаття 14. Відповідальність за невиконання вимог чинного Регламенту

У разі невиконання або неналежного виконання вимог цього Регламенту, на Клуб можуть бути накладені санкції відповідно до положень Дисциплінарного Регламенту, а також Штрафних санкцій за порушення вимог регламентів.