



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

ПРАВИЛА АККРЕДИТАЦИИ СМИ НА ЧЕМПИОНАТ КХЛ В СЕЗОНЕ 2017/2018

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	2
РАЗДЕЛ 1. ТИПЫ И ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ АККРЕДИТАЦИИ	3
1.1. Сезонная аккредитация КХЛ.....	3
1.2. Порядок подачи заявок на сезонную аккредитацию.....	3
1.3. Квоты сезонных аккредитаций.....	4
1.4. Разовая аккредитация КХЛ.	4
1.5. Порядок оформления разовых аккредитаций.....	4
1.6. Аккредитация на финал плей-офф.....	5
1.7. Аккредитация СМИ на специальные мероприятия Лиги.....	5
РАЗДЕЛ 2. КРИТЕРИИ АККРЕДИТАЦИИ	6
2.1. Общие требования к кандидатам.....	6
2.2. Количественные критерии для аккредитуемых СМИ:.....	6
2.3. Качественные критерии для аккредитуемых СМИ:.....	6
2.4. Аккредитация пресс-служб и бродкастеров	7
2.5. Правильность заполнения анкеты и требования к прикрепляемым файлам.....	7
РАЗДЕЛ 3. ЗОНЫ ДОСТУПА НА АРЕНАХ ЧЕМПИОНАТА КХЛ	8
3.1. Общие положения.....	8
3.2. Перечень зон доступа и их описание.....	8
3.3. Матрица аккредитации.....	9
3.4. Выход фотографов и операторов на ледовое поле	9



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Изложенные правила обязательны для кандидатов, претендующих на получение аккредитации КХЛ. Несоблюдение данных правил может повлечь за собой лишение аккредитации одного сотрудника либо отзыв аккредитаций у всех сотрудников аккредитованного СМИ.

Карта аккредитации является персональной и помогает идентифицировать ее обладателя службой безопасности клуба при входе в спортивное сооружение, а также дает право находиться в указанных на ней зонах арены.

Передача аккредитационной карты другому лицу не допускается. В случае нарушения данного правила, аккредитационная карта изымается, а ее обладатель лишается аккредитации на весь сезон.

Пресс-служба КХЛ оформляет аккредитационную карту: распечатывает, снабжает ее средствами защиты от фальсификации, обеспечивает лентой для ношения. Аккредитационные карты, не имеющие установленных КХЛ средств защиты, недействительны и подлежат изъятию.

На карту аккредитации запрещено самостоятельно наносить дополнительные обозначения, наклейки, изображения. Аккредитация, имеющая отличия от оригинальной, подлежит изъятию.



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

РАЗДЕЛ 1. ТИПЫ И ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ АККРЕДИТАЦИИ

1.1. Сезонная аккредитация КХЛ

1.1.1. Сезонная аккредитация дает право на посещение с целью освещения в СМИ всех матчей КХЛ в течение сезона, кроме матчей финала плей-офф.

1.1.2. Сезонная аккредитация выдается зарубежным, федеральным и региональным СМИ, которые освещают матчи КХЛ на постоянной основе. Количество аккредитованных СМИ определяются исходя из вместимости арены, количества заявок и их соответствия критериям, изложенным в Разделе 2 Правил аккредитации.

1.1.3. Процесс аккредитации СМИ организован пресс-службой КХЛ совместно с пресс-службами хоккейных клубов. Пресс-служба КХЛ заблаговременно оповещает СМИ о начале процедуры сезонной аккредитации с помощью информационных ресурсов Лиги. Клубы КХЛ дублируют сообщение о начале кампании и правилах аккредитации на своих официальных сайтах и других информационных ресурсах.

1.2. Порядок подачи заявок на сезонную аккредитацию

1.2.1. Для подачи заявки на сезонную аккредитацию, заявителю необходимо заполнить заявку на медиапортале Континентальной хоккейной лиги (www.media.khl.ru).

1.2.2. Заявитель должен подтвердить свои профессиональные намерения, прикрепив к заявке письмо-запрос на официальном бланке СМИ за подписью руководителя или главного редактора, в котором заявителю необходимо:

- Предоставить краткую информацию о СМИ, охват аудитории, тематику публикуемых материалов.
- Обосновать необходимость получения сезонной аккредитации, указав планируемый объем освещения матчей. Для получения сезонной аккредитации, необходимо гарантировать освещение не менее 50% матчей команды (для региональных СМИ) либо регулярность выхода материалов о ходе Чемпионата КХЛ (для федеральных СМИ).
- Подтвердить обязательство соблюдать Закон о средствах массовой информации Российской Федерации, основы журналистской этики, требования Регламента КХЛ в части работы СМИ, данные Правила аккредитации;
- Указать номер свидетельства о государственной регистрации СМИ.

1.2.3. Вторым документом, прикрепленным к заявке должен быть пресс-клиппинг (для пишущих журналистов), фотоотчет (для фотографов), канальная справка (для телекомпаний) с информацией о количестве опубликованных материалов на тему КХЛ за сезон 2016/2017 и подборку самых читаемых/просматриваемых из них (10 публикаций). Если автор или фотограф начинает сотрудничать с изданием только с нынешнего сезона, то ему необходимо прикрепить пресс-клиппинг материалов о других событиях или видах спорта, **а также указать об этом в официальном письме, направляемом в адрес Лиги (пункт 1.2.2).**

1.2.4. На основании заявки и ее соответствия критериям, изложенным в Разделе 2 данных Правил, КХЛ совместно с клубом принимает решение об аккредитации либо отказе и уведомляет об этом заявителя.

1.2.5. С сезона 2016/2017 персонал телеведущих обязан иметь персональные карты аналогично другим аккредитованным кандидатам. Для каждой арены установлен лимит количества сотрудников, обеспечивающих трансляцию, который рассчитан исходя из технической оснащенности и вместимости арены.



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

1.2.6. Сроки подачи заявок на получение сезонной аккредитации КХЛ 2017/2018 года: **29.06.2017 – 30.07.2017.**

1.2.7. Срок принятия решения об аккредитации – **10.08.2017.** КХЛ пересылает готовые аккредитационные карты в хоккейные клубы, где сотрудники пресс-служб выдают их представителям СМИ. Выдача готовых аккредитационных карт – **с 15.08.2017** (конкретные даты и время необходимо уточнить в пресс-службе клуба).

1.3. Квоты сезонных аккредитаций

1.3.1. Квота аккредитаций для одного федерального СМИ:

- Информационное агентство – 5 шт.
- Фотоагентство – 4 шт.
- Спортивное СМИ – 6 шт.
- Неспортивное СМИ – 4 шт. (2 – корреспондента, 2 – фотографа)
- Телекомпания – 9 шт. (3 съемочные группы)
- Телевещатель – 100 шт.

1.3.2. Квота аккредитаций для региональных и зарубежных СМИ, для каждого клуба:

- Информационное агентство – 2 шт.
- Фотоагентство – 2 шт.
- Спортивное СМИ – 2 шт.
- Неспортивное СМИ – 2 шт.
- Телекомпания – 4 шт. (2 съемочные группы)
- Телевещатель – 50 шт.

1.4. Разовая аккредитация КХЛ

1.4.1. Разовая аккредитация дает право на посещение с целью освещения в СМИ одного матча регулярного чемпионата или плей-офф сезона КХЛ (кроме матчей финала).

1.4.2. Разовая аккредитация выдается зарубежным, федеральным и региональным СМИ, не освещающим матчи КХЛ на постоянной основе, но имеющим редакционное задание посетить матч с целью создания материала.

1.4.3. Обладатель разовой аккредитации обладает равными правами на матче с обладателями сезонных аккредитаций и может рассчитывать на аналогично высокий уровень услуг, предоставляемых клубом представителям аккредитованных СМИ.

1.4.4. Разовая аккредитационная карта является неименной и выдается пресс-службой клуба на конкретный матч, после которого подлежит возврату.

1.5. Порядок оформления разовых аккредитаций

1.5.1. Чтобы получить разовую аккредитацию, в пресс-службу клуба (с копией пресс-службе КХЛ) направляется соответствующий редакционный запрос на официальном бланке СМИ (либо с электронного адреса редакции) за подписью руководителя или главного редактора, в котором заявителю необходимо:

- Обосновать необходимость получения разовой аккредитации;



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

- Подтвердить обязательство соблюдать Закон о СМИ Российской Федерации, основы журналистской этики, требования Регламента КХЛ в части работы СМИ, данные Правила аккредитации;
- Указать номер свидетельства о государственной регистрации СМИ.

Пресс-служба клуба принимает решение о выдаче разовой аккредитации СМИ.

1.5.2. В случае одобрения заявки, карта выдается в пресс-службе клуба.

1.5.3. Подать заявку на получение разовой аккредитации можно в любое время, но не позднее, чем за 24 часа до проведения матча. Заявки, присланные позднее, не рассматриваются.

1.5.4. Квота разовых аккредитаций на 1 матч: 5 шт.

1.6. Аккредитация на финал плей-офф

1.6.1. Аккредитация на финал плей-офф КХЛ дает право посещать и освещать в СМИ все матчи финальной серии плей-офф на обеих аренах. Процесс аккредитации осуществляется пресс-службой КХЛ совместно с пресс-службами клубов-финалистов.

1.6.2. Количество выдаваемых аккредитаций определяются исходя из количества рабочих мест для СМИ на арене (позиций для съемки, мест на пресс-трибуне, вместимости пресс-центра) и количества заявок от кандидатов.

1.6.3. При большом количестве заявок, превышающем вместимость арены, преимущество отдается кандидатам, наиболее активно и широко освещающим ход сезона КХЛ.

1.6.4. Аккредитация на финальные матчи плей-офф открывается по завершении финального матча полуфинальной серии и завершается за 2 дня до начала первого матча серии. Пресс-служба КХЛ оповещает СМИ о начале процедуры аккредитации с помощью информационных ресурсов Лиги и клубов-финалистов.

1.6.5. Подтверждение аккредитации рассылается СМИ пресс-службой КХЛ.

1.7. Аккредитация СМИ на специальные мероприятия Лиги

1.7.1. Аккредитация СМИ на специальные мероприятия Лиги (Матч Звезд, Совет директоров клубов КХЛ, Церемония закрытия сезона, иные корпоративные мероприятия), осуществляется Департаментом коммуникаций КХЛ посредством рассылки индивидуальных приглашений и/или публикации сообщения об аккредитации на сайте Лиги и/или медиапортале КХЛ (www.media.khl.ru).

1.7.2. Лига оставляет за собой право отказать в аккредитации, кандидатам, нарушившим сроки и правила подачи заявок.



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

РАЗДЕЛ 2. КРИТЕРИИ АККРЕДИТАЦИИ

2.1. Общие требования к кандидатам

2.1.1. Аккредитация гарантирует право СМИ на работу на матчах КХЛ, а также обязывает клубы предоставлять услуги, перечисленные в Регламенте КХЛ по маркетингу и коммуникациям для аккредитованных СМИ.

2.1.2. Заявки на аккредитацию должны подаваться в срок, установленный КХЛ. Заявки, отправленные с нарушением срока, могут быть не рассмотрены.

2.1.3. КХЛ предъявляет строгие требования к правильности заполнения аккредитационных форм и полноте предоставленной информации. Отсутствие данных может привести к отказу в аккредитации, а также к несвоевременному оповещению заявителя о статусе заявки, изменении сроков проведения мероприятий, другой важной информации.

2.1.4. Издатели, руководители СМИ, маркетологи, хоккейные агенты, руководители и сотрудники пресс-служб компаний, сотрудники компаний-спонсоров, партнеров, сотрудники рекламных журналов и альманахов, не связанных с освещением матча не могут быть аккредитованы как СМИ и находиться в рабочих зонах прессы. КХЛ и клубы приветствуют посещение матчей перечисленными клиентскими группами в качестве зрителей, почетных гостей и приглашенных персон.

2.1.5. Аккредитованные СМИ обязаны соблюдать требования регламента по маркетингу и коммуникациям. Нарушение приведенных в Регламенте правил может являться основанием для приостановления действия аккредитации представителя СМИ.

2.2. Количественные критерии для аккредитуемых СМИ:

2.2.1. При подаче заявки на аккредитацию, кандидатам необходимо указать охват аудитории, выражаемый в тираже, количестве посетителей сайта или телезрителей.

2.2.2. На решение о выдаче аккредитации влияет объем материалов о хоккее в общем объеме материалов. Для ежедневной газеты или электронного издания значительным объемом материалов считается, к примеру, анонсирующий материал в одном выпуске и подробный отчет с матча по итогам игрового дня в следующем. Помимо этого, приветствуются обзорные или околоспортивные материалы о жизни клуба по мере появления соответствующих информационных поводов.

2.2.3. Для еженедельных или ежемесячных изданий, значительным объемом считается тематический материал о прошедшем матче или серии матчей, положении команды в турнирной таблице, интервью тренеров, игроков или руководства клуба в половине номеров, вышедших в период хоккейного сезона.

2.3. Качественные критерии для аккредитуемых СМИ:

2.3.1. КХЛ предъявляет высокие требования к аккредитуемым сотрудникам СМИ в части соблюдения закона о СМИ Российской Федерации, а также приветствует соблюдение общепринятой журналистской этики и стандартов профессиональной журналистики.

2.3.2. Приоритет в решении об аккредитации того или иного представителя СМИ отдается кандидатам, наиболее активно и широко освещающим ход сезона КХЛ, не ограничивающихся отчетами о прошедших матчах, а также имеющим материалы из микст-зоны, с пресс-конференций, подробные обзоры не менее трети матчей клуба-участника чемпионата КХЛ.



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

2.3.3. КХЛ приветствует деятельность СМИ в части популяризации хоккея, регулярное освещение спортивных событий в разделе о спорте (для СМИ общей тематики) и хоккее (для СМИ спортивной тематики). Аккредитация также выдается представителям специализированных («lifestyle», «business», «fashion» и т.д.) и общественно-политических изданий с целью популяризации хоккея.

2.4. Аккредитация персонала пресс-служб и телевещателей клубов

2.4.1. Сотрудники пресс-служб и телевещателей клубов, претендующие на получение аккредитации, также подают электронную заявку на медиапортале КХЛ (www.media.khl.ru).

2.4.2. КХЛ гарантирует аккредитацию достаточного количества сотрудников, задействованных в организации работы СМИ на арене и обеспечении телетрансляций. Лига оставляет за собой право уточнить функциональные обязанности сотрудника, претендующего на получение сезонной аккредитации.

2.4.3. Во время проведения матчей Континентальной хоккейной лиги доступ в зоны для СМИ предоставляется **исключительно по аккредитации КХЛ**. Доступ в эти зоны **по клубным удостоверениям и/или аккредитациям, письмам или иным договоренностям запрещён** и подразумевает немедленное удаление сотрудника за пределы зоны, а также штраф, накладываемый на клуб.



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

РАЗДЕЛ 3. ЗОНЫ ДОСТУПА НА АРЕНАХ ЧЕМПИОНАТА КХЛ

3.1. Общие положения

3.1.1. На аккредитационных картах, выданных представителям СМИ для работы на матчах Чемпионата КХЛ, указаны обозначения зон, которые определяют уровень доступа на арене.

3.1.2. Все зоны доступа на арене должны быть обозначены соответствующей цифрой, а также названием зоны на двух языках (английском и языке страны, в которой находится арена). Пресс-служба клуба отвечает за наличие наглядной и понятной навигации для клиентской группы СМИ по территории арены.

3.1.3. В преддверии сезона, КХЛ рассылает макет для производства условных обозначений и названия зон для каждой арены. Монтаж табличек осуществляет клуб в соответствии с расположением зон на арене.

3.1.4. Пресс-служба клуба перед началом сезона должна предоставить в КХЛ, а также иметь в распечатанном виде в пресс-центре на каждом матче схему арены с расположением зон доступа СМИ.

3.1.5. Доступ в зону осуществляется согласно цифрам, указанным на лицевой стороне аккредитационной карты. Контроль доступа осуществляет служба безопасности клуба, либо волонтеры службы контроля доступа. Спорные ситуации с доступом, возникающие во время матча, должны решаться службой безопасности совместно с пресс-службой клуба в максимально короткий срок.

3.1.6. Аккредитация не дает права получения парковочного места для автомобиля вблизи арены. Для получения парковочного места на парковке клуба в день матча, необходимо обратиться напрямую в пресс-службу клуба. Пресс-служба обязана оказать содействие в выдаче представителям СМИ соответствующих разрешений на парковку ПТС (передвижных телевизионных станций) и ПСС (передвижных спутниковых станций), а также разрешений на въезд на территорию арены с целью выгрузки громоздкой фото и видеоаппаратуры.

3.2. Перечень зон доступа и их описание

3.2.1. Пресс-трибуна (1). Специально обозначенное пространство для представителей СМИ на трибуне ледового дворца с хорошим обзором ледовой площадки, позволяющим вести прямой репортаж и следить за ходом матча. Оборудовано сидениями с откидными или встроенными столами, возможностью подключиться к беспроводному или проводному интернету и сети электропитания.

3.2.2. Пресс-центр (2). Помещение для СМИ на арене с рабочим пространством, зоной питания, доступом в Интернет, возможностью использовать свой или клубный компьютер, распечатывать материалы, получать информационные материалы о клубе и о матче.

3.2.3. Конференц-зал (3). Зал, где проводятся послематчевые и другие пресс-конференции с игроками, тренерами, руководством клуба.

3.2.4. Микст-зона (4). Место общения представителей СМИ с хоккеистами обеих команд на выходе с ледового поля в раздевалки (если иное не определено исходя из конструктивных особенностей арены) после периодов и завершения матча. Пресс-службы клубов осуществляют управление микст-зоной в соответствии с Регламентом КХЛ по маркетингу и коммуникациям (гл.4 ст.19).

3.2.5. Позиции для фото- и видеосъемки (5). Позиции в районе рассадки зрителей, преимущественно в проходах на трибуны (разрешена съемка без штатива), также отгороженные площадки, предусмотренные конструкцией арены для фотосъемки и видеосъемки (разрешена съемка со штативом), пространство вокруг хоккейной коробки на одном с ней уровне, не занятое коммуникациями, служебными и спортивными сооружениями (в соотв. Со ст.3.7 (Глава 1)



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

Технического регламента КХЛ). Конкретные позиции для фотосъемки определяются клубом исходя из особенностей арены, и обязательно обозначаются соответствующими указателями. Фото- и видеосъемка в вышеуказанных, но не обозначенных специально зонах не допускается.

3.2.6. Зона бродкастера (6). Открытые студии и комментаторские кабины, зоны внутреннего или внешнего ТВ-компаунда, служебные помещения сотрудников, отвечающих за осуществление трансляции матча, зона для флеш-интервью.

3.3. Матрица аккредитации

№	ПОЗИЦИЯ / ЗОНА	1	2	3	4	5	6
1	Пресса, клубные корреспонденты	+	+	+	+		
2	Фотографы, клубные фотографы		+	+	+	+	
3	Корреспонденты ТВ-компаний	+	+	+	+		
4	Персонал ТВ-компаний (операторы, звук.реж), операторы клубов		+	+	+	+	
5	Телевещатели: корреспонденты, комментаторы, продюсеры, редакторы	+	+	+	+		+
6	Телевещатели: операторы трансляции			+	+		+
7	Телевещатели: технический персонал				+		+
8	Пресс-служба КХЛ	+	+	+	+	+	+
9	Пресс-атташе клуба	+	+	+	+	+	+
10	Коммерческий инспектор			+	+		

3.4. Выход фотографов и операторов на ледовое поле

3.4.1. В случаях повышенного спроса аккредитованных СМИ к проводимым клубами специальным мероприятиям перед началом матча (ст.45 Спортивного регламента КХЛ) или после завершения матча, пресс-служба клуба по согласованию с командами, руководством клуба или сотрудникам спортивного департамента КХЛ может организовать выход фотографов и операторов на ледовое поле.

3.4.2. Сотрудники пресс-службы на «домашней» арене должны проинформировать СМИ о недопустимости нарушения норм Спортивного регламента КХЛ и обеспечить своевременный выход с ледового поля всех аккредитованных фотографов и операторов.

3.4.3. Выход на ледовое поле доступен только для фотографов и операторов. Выход на лед пишущих СМИ и корреспондентов телеканалов не предусмотрен. Для выхода на ледовое поле фотограф или оператор должен надеть специальный жилет, а также быть в безопасной для перемещения по льду обуви.

3.4.4. Сотрудники пресс-службы клуба могут выдать до 5 жилетов на матч. Жилет не действует без карты аккредитации. Жилеты выдаются в пресс-центре клуба за 30 минут до начала матча и должны быть возвращены в течение 30 минут после завершения матча.

3.4.5. Данные правила действуют на все матчи, кроме матчей финала плей-офф.