



ПРАВИЛА АККРЕДИТАЦИИ СМИ НА ЧЕМПИОНАТ МХЛ В СЕЗОНЕ 2016/2017

Общие положения

Изложенные правила обязательны для кандидатов, претендующих на получение аккредитации МХЛ. 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 спортооружение, 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 МХЛ оформляет аккредитационную карту: распечатывает, снабжает ее средствами защиты от фальсификации, обеспечивает лентой для ношения. Аккредитационные карты, не имеющие установленных МХЛ средств защиты, недействительны и подлежат изъятию.

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

1. Сезонная аккредитация МХЛ

1.1. Сезонная аккредитация дает право на посещение с целью освещения в СМИ всех матчей МХЛ в течение сезона.

1.2. Сезонная аккредитация выдается зарубежным, федеральным и региональным СМИ, которые освещают матчи МХЛ на постоянной основе.

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

2. Порядок подачи заявок на сезонную аккредитацию

2.1. Для подачи заявки на сезонную аккредитацию, заявителю необходимо заполнить заявку, размещенную на сайте Молодежной хоккейной лиги и отправить ее в адрес пресс-службы МХЛ (mediamhl@khl.ru).

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;
- Предоставить список аккредитуемых сотрудников;
- Подтвердить обязательство соблюдать Закон о средствах массовой информации Российской Федерации, основы журналистской этики, требования Регламента МХЛ в части работы СМИ, данные Правила аккредитации;
- Указать номер свидетельства о государственной регистрации СМИ.



2.3. К письму также необходимо прикрепить цветные фотографии аккредитуемых сотрудников СМИ в формате JPEG, максимальный размер файла не должен превышать 500 Кб, минимальный размер вертикального изображения 420x525 пикселей. Название файла должно содержать в себе фамилию и имя заявителя название СМИ на латинице в следующей последовательности: *Фонтанка.ру_Иванов_Иван.jpg*

2.4. На основании заявки, МХЛ совместно с клубом принимает решение об аккредитации либо отказе и уведомляет об этом заявителя.

2.5. Сроки подачи заявок на получение сезонной аккредитации МХЛ 2016/2017 года: **27.07.2016 – 15.08.2016**.

2.6. Срок принятия решения об аккредитации – **18.08.2016**. МХЛ пересылает готовые аккредитационные карты в хоккейные клубы, где сотрудники пресс-служб выдают их представителям СМИ. Выдача готовых аккредитационных карт – **с 01.09.2016** (конкретные даты и время необходимо уточнить в пресс-службе клуба).

3. Разовая аккредитация МХЛ

3.1. Разовая аккредитация дает право на посещение с целью освещения в СМИ одного матча регулярного чемпионата или плей-офф сезона МХЛ.

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

3.3. 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.

3.4. Срок действия разовой аккредитации ограничен обозначенной на карте датой.

4. Порядок оформления разовых аккредитаций

4.1. Чтобы получить разовую аккредитацию, в пресс-службу клуба 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;
- Подтвердить обязательство соблюдать Закон о СМИ Российской Федерации, основы журналистской этики, требования Регламента МХЛ в части работы СМИ, данные Правила аккредитации;
- Указать номер свидетельства о государственной регистрации СМИ.

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

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

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

5. Аккредитация СМИ на специальные мероприятия Лиги

5.1. Аккредитация СМИ на специальные мероприятия Лиги (Кубок Вызова, Кубок мира по хоккею среди молодежных клубных команд, иные спортивные и корпоративные мероприятия),



осуществляется пресс-службой МХЛ посредством рассылки индивидуальных приглашений и/или публикации сообщения об аккредитации на сайте Лиги.

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

6. Требования к кандидатам

6.1. Аккредитация гарантирует право СМИ на работу на матчах МХЛ, а также обязывает клубы предоставлять услуги, перечисленные в Регламенте МХЛ для аккредитованных СМИ.

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

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

6.4. Издатели, руководители СМИ, маркетологи, хоккейные агенты, руководители и сотрудники пресс-служб компаний-спонсоров, 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. МХЛ и клубы приветствуют посещение матчей перечисленными клиентскими группами в качестве зрителей, почетных гостей и приглашенных персон.

6.5. Аккредитованные СМИ обязаны соблюдать требования Регламента МХЛ к аккредитованным СМИ. Нарушение приведенных в Регламенте правил может являться основанием для приостановления действия аккредитации представителя СМИ.

6.6. МХЛ 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.

6.7. МХЛ 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.

7. Аккредитация персонала пресс-служб и телеведущих клубов

7.1. Сотрудники пресс-служб и телеведущих клубов, претендующие на получение аккредитации, также подают заявку на аккредитацию по форме, размещенной на сайте МХЛ.

7.2. МХЛ 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.

7.3. На матчах МХЛ действует как аккредитация, выданная МХЛ, так и сезонная аккредитация КХЛ. Собственные аккредитации и пропуска клубов и арен не являются основанием для присутствия и работы в зонах для СМИ во время матчей Молодежной хоккейной лиги.



8. Зоны доступа на аренах чемпионата МХЛ

8.1. На аккредитационных картах, выданных представителям СМИ для работы на матчах чемпионата МХЛ, указаны обозначения зон, которые определяют уровень доступа на арене.

8.2. Все зоны доступа на арене должны быть обозначены соответствующей цифрой, а также названием зоны. Пресс-служба клуба отвечает за наличие наглядной и понятной навигации для СМИ по территории арены.

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

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

8.5. 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.

8.6. 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.

9. Перечень зон доступа и их описание

9.1. 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.

9.2. 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.

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

9.4. 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 МХЛ.

9.5. 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. Конкретные позиции для фотосъемки определяются клубом исходя из особенностей арены, и обязательно обозначаются соответствующими указателями.



9.6. 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.

10. Матрица аккредитации

№	ПОЗИЦИЯ / ЗОНА	1	2	3	4	5	6
1	Пресса	+	+	+	+		
2	Фотографы		+	+	+	+	
3	Корреспонденты ТВ-компаний	+	+	+	+		
4	Персонал ТВ-компаний: операторы, звукорежиссеры		+	+	+	+	
5	Телевещатели: корреспонденты, комментаторы, продюсеры, редакторы	+	+	+	+		+
6	Телевещатели: операторы трансляции и технический персонал			+	+		+
7	Пресс-служба клуба	+	+	+	+	+	+