



Утверждаю
Генеральный директор ООО «КХЛ-Маркетинг» И.Ю. Кочеврин
«__» _____ 2011 г.

Положение об аккредитации СМИ на сезон 2011/2012

1. Сезонная аккредитация СМИ, предоставляющая возможность осуществления профессиональной деятельности по освещению матчей Чемпионата на спортсооружениях, на которых осуществляется проведение матчей Чемпионата, производится до начала Чемпионата и в течение срока его проведения в специально отведенные временные периоды на основании обращений СМИ в КХЛ.
2. Сезонная аккредитация носит индивидуальный характер (за исключением технических аккредитаций). Аккредитационная карта персонифицирована для осуществления фейс-контроля при входе в спортсооружение. Передача аккредитационной карты другому представителю СМИ для посещения официальных мероприятий КХЛ не допускается. В случае нарушения данного правила аккредитационная карта изымается, а представитель СМИ лишается аккредитации.
3. Аккредитация оформляется выдачей представителю СМИ аккредитационной карты, содержащей:
 - 3.1. фотографию (на белом фоне с разрешением 300 dpi, размером 3x4 сантиметра) и персональные данные представителя аккредитованного СМИ;
 - 3.2. наименование СМИ;
 - 3.3. тип СМИ;
 - 3.4. срок действия аккредитации;
 - 3.5. спортсооружения, на которых действует аккредитация;
 - 3.6. зоны спортсооружения, в которые представителю аккредитованного СМИ предоставляется право доступа;
 - 3.7. виды профессиональных технических средств, которые разрешается использовать аккредитованному лицу при его нахождении на спортсооружениях.
4. Аккредитация СМИ осуществляется пресс-службой КХЛ и пресс-службами хоккейных Клубов.
5. Для оформления сезонной аккредитации СМИ на «домашние матчи» одного клуба необходимо:
 - 5.1. не позднее, чем за 30 дней до первого матча Чемпионата оставить на официальном сайте Лиги заявку с персональными данными представителя СМИ, фотографией на белом фоне размером 3x4 и разрешением 300 dpi, названием издания, контактной информацией издания, а также личной контактной информацией. При заполнении заявки необходимо также указать клуб, на «домашние» матчи которого оформляется аккредитация, прикрепить к каждой заявке официальное письмо от СМИ с указанием сотрудников, которых издание считает необходимым аккредитовать, обоснование необходимости сезонной аккредитации и обязательства СМИ о соблюдении представителями аккредитованного СМИ журналистской этики и правил КХЛ по использованию на спортсооружениях

- звукозаписывающей, видеозаписывающей и фототехники за подписью руководителя организации, а также копию свидетельства о государственной регистрации СМИ;
6. Пресс-служба КХЛ перенаправляет полученные в электронном виде заявки от СМИ в пресс-службы хоккейных клубов. На основании данных списков, руководствуясь собственными интересами в профессиональном освещении спортивных событий, пресс-служба Клуба составляет официальное письмо, в котором указывает рекомендованных Клубом к аккредитации СМИ, корректирует список и направляет его в пресс-службу КХЛ не позднее, чем за 30 дней до первого матча Чемпионата.
 7. Пресс-служба КХЛ согласно финальным спискам, оформляет аккредитационную карту: распечатывает, снабжает ее установленными КХЛ средствами защиты, ламинирует, обеспечивает лентой для удобства ношения, затем пересылает в хоккейные клубы, где сотрудники пресс-службы выдают готовую аккредитационную карту аккредитованному представителю СМИ под роспись в журнале учета. При получении аккредитационной карты представитель СМИ должен поставить свою подпись под обязательством соблюдать при работе на спортивных сооружениях Чемпионата журналистскую этику и правила КХЛ по использованию на спортивных сооружениях звукозаписывающей, видеозаписывающей и фототехники. Аккредитационные карты, не снабженные установленными КХЛ средствами защиты, недействительны, и подлежат изъятию.
 8. В отношении СМИ, не получивших постоянные аккредитации КХЛ, допускается выдача разовых пропусков на матчи. В таких случаях издание, желающее осветить матч команды, должно обратиться с официальным запросом в пресс-службу соответствующего Клуба, которая, в свою очередь, обязана проинформировать об этом пресс-службу КХЛ. При отсутствии возражений против аккредитации обратившегося представителя СМИ со стороны пресс-службы КХЛ, Клуб выдает ему разовую аккредитацию.

Статья 24. Порядок оформления сезонных аккредитаций

1. Сезонная аккредитация СМИ на все матчи предоставляет право осуществления профессиональной деятельности на всех площадках Чемпионата.
2. Сезонной аккредитации на все матчи подлежат СМИ федерального уровня, удовлетворяющие следующим условиям:
 - 2.1. распространение в крупнейших регионах Российской Федерации;
 - 2.2. наличие спортивной/хоккейной рубрики;
 - 2.3. наличие штатных корреспондентов, освещающих спортивные/хоккейные события;
 - 2.4. наличие у СМИ необходимости в подготовке эксклюзивных материалов с каждого матча Чемпионата КХЛ;
 - 2.5. СМИ является официальным телеведущим КХЛ

3. ООО «КХЛ-Маркетинг» оповещает СМИ о начале процедуры сезонной аккредитации на все матчи предстоящего Чемпионата путем опубликования на сайте КХЛ соответствующего объявления, а также рассылкой информационных писем в редакции по электронной почте.
4. Для получения сезонных аккредитаций на все матчи СМИ необходимо в срок не позднее, чем за 30 дней до первого матча Чемпионата оставить на официальном сайте Лиги заявку с персональными данными представителя СМИ, фотографией на белом фоне размером 3x4 и разрешением 300 dpi, названием издания, контактной информацией издания, а также личной контактной информацией. При заполнении заявки необходимо также указать клуб, на «домашние» матчи которого оформляется аккредитация, прикрепить к каждой заявке официальное письмо от СМИ с указанием сотрудников, которых издание считает необходимым аккредитовать, обоснование необходимости сезонной аккредитации и обязательства СМИ о соблюдении представителями аккредитованного СМИ журналистской этики и правил КХЛ по использованию на спортивных сооружениях звукозаписывающей, видеозаписывающей и фототехники за подписью руководителя организации, а также копию свидетельства о государственной регистрации СМИ;.
5. Процесс оформления и выдачи сезонных аккредитаций СМИ на все матчи осуществляется согласно общему порядку оформления аккредитаций непосредственно в ООО «КХЛ-Маркетинг».
6. Для сотрудников телевизионных СМИ, представляющих технический персонал телеведущего, оформляются обезличенные (технические) аккредитационные карты в количестве, указанном в официальной заявке СМИ за подписью руководителя. Технические аккредитационные карты передаются доверенному лицу СМИ по предоставлении соответствующих документов под роспись в журнале учета выданных аккредитационных карт непосредственно в ООО «КХЛ-Маркетинг». Допуск на спортивное сооружение по техническим аккредитациям осуществляется по заранее присланному в Клуб списку работников, осуществляющих трансляцию матча Чемпионата КХЛ.

Статья 25. Порядок оформления разовых аккредитаций

1. Разовая аккредитация СМИ предоставляет право осуществления профессиональной деятельности на отдельно взятом спортивном сооружении в определенный день.
2. Для получения разовой аккредитации СМИ должно направить официальную заявку за подписью руководителя в пресс-службу клуба – «хозяина» площадки в матче, который планирует осветить данное СМИ, не менее, чем за сутки до матча, и не менее, чем за двое суток – при желании СМИ получить для своего представителя гарантированное место на трибуне спортивного сооружения на конкретный матч из числа мест,

предназначенных для размещения представителей СМИ, или рабочее место за специально оборудованным столом.

3. Пресс-служба хоккейного клуба – «хозяина» площадки, исходя из вместимости ложи прессы на трибунах спортсооружения и фактического количества вакантных мест в ней на конкретном матче, принимает решение о выдаче разовой аккредитации СМИ.
4. Представитель СМИ, в случае положительного решения, получает в пресс-службе клуба – «хозяина» площадки разовую аккредитацию на матч, оставляя в качестве залога редакционное удостоверение, в день матча, не ранее момента начала допуска СМИ в спортсооружение.
5. Пресс-служба хоккейного клуба вносит данные представителя получающего разовую аккредитацию СМИ в официальный макет аккредитации, разработанный в ООО «КХЛ-Маркетинг».
6. Представитель аккредитованного на матч СМИ имеет право выполнять свои профессиональные обязанности на этом матче в строгом соответствии с зонами доступа, обозначенными в его аккредитационной карте.