Р Е Г Л А М Е Н Т
Чемпіонату України з хокею з шайбою –
Чемпіонату Української хокейної ліги
сезону 2021-2022 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 5

Стаття 5. Розподіл рекламного простору та вимоги до виготовлення і розміщення рекламних матеріалів 7

Стаття 6. Вимоги до фотографій учасників Чемпіонату 9

ГЛАВА 3. ДІЯЛЬНІСТЬ УХЛ І КЛУБІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНИХ ПРАВ 9

Стаття 7. Обов'язки Клубів при реалізації мовних прав 9

Стаття 8. Забезпечення умов розміщення обладнання на спортивних спорудах 10

Стаття 9. Організація рекламних пауз під час матчу 11

ГЛАВА 4. ВЗАЄМОДІЯ УХЛ І КЛУБІВ ЗІ ЗМІ 11

Стаття 10. Напрями і порядок співпраці УХЛ і Клубів зі ЗМІ 11

Стаття 11. Обов'язки Клубів по роботі зі ЗМІ 11

ГЛАВА 5. ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ УХЛ І КЛУБІВ 12

Стаття 12. Взаємодія інтернет-ресурсів УХЛ і Клубів 12

ГЛАВА 6. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ 13

Стаття 13. Вступ цього Регламенту в силу 13

Стаття 14. Відповідальність за невиконання вимог чинного Регламенту 13

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. Розпоряджання 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. Розпоряджання 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.

3. УХЛ має право повністю або частково делегувати свої права третім особам.

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 або із залученням третіх осіб (в тому числі співробітників Клуба) здійснює контроль за виконанням і розміщенням Клубами рекламних матеріалів відповідно до вимог цього Регламенту, 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, суддів, тренерів, керівників та інших посадових осіб Клубів, що беруть участь в Чемпіонатів, 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 4 календарних дні 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 усі наявні 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, а також своєчасно інформує Клуби про необхідність заміни аудіо- та/або відео-матеріалів для розповсюдження через систему сповіщення та/або інформаційного відео-екрана шляхом сповіщення через офіційну електрону пошту Клуба.
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, рекламні матеріали для розміщення на екіпіруванні Хокеїстів, тренерів та інших осіб під час проведення матчів Чемпіонату та інших заходів УХЛ, макети рекламних матеріалів спонсорів, партнерів і рекламодавців для розміщення на друкованих матеріалах та/або інтернет-сайтах Клуба.
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.
1.13. Затверджує та/або розробляє зміст урочистих церемоній, які проводяться під час матчів Чемпіонату, в тому числі церемоній відкриття та закриття матчів, в частині інтеграції участі представників спонсорів (партнерів, рекламодавців) Чемпіонату, а також проводить спеціальні заходи під егідою УХЛ.
1.14 Із попереднім сповіщенням Клуба розповсюджує під час проведення матчів Чемпіонату власними силами або із залученням третіх осіб промо-матеріали УХЛ, спонсорів, партнерів і рекламодавців Ліги, в тому числі у точках продажу сувенірної продукції та/або точках продажу харчування.
1.15 Надає дозвіл на використання матчів Чемпіонату, Чемпіоната в цілому, товарних знаків та інших засобів індивідуалізації Клубів, зображень Хокеїстів, суддів, тренерів, керівників та інших посадових осіб для створення ігрових технологій (комп'ютерних ігор, мобільних додатків та ін.).
1.16 Здійснює міжнародну діяльність, спрямовану на виконання завдань УХЛ, розвиток та популяризацію хокею в Україні, підтримку контактів з закордонними організаціями, а також допомагає Клубам у перемовинах з іншими організаціями для досягнення спільної мети.
2. Форма суддів є винятковим рекламним місцем для розміщення рекламних матеріалів УХЛ.
3. УХЛ надає план виходу відео- та аудіо-матеріалів, а також надає посилання на файли, необхідні для виконання вимог Регламенту.

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.

1.1. Клуби можуть використовувати надані матеріали (логотипи та назви інших команд УХЛ, спонсорів, партнерів і рекламодавців Чемпіонату, зображення матчів Чемпіонату) з інформаційною метою для проведення та анонсування матчів Чемпіонату.

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.

3. У випадку, якщо Клуб не використовує частково або повністю власну квоту з причини відсутності комерційних партнерів або рекламодавців, УХЛ має право використовувати означений вільний рекламний простір на власний розсуд для просування спонсорів, партнерів і рекламодавців Ліги.

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.

2.1.1. У випадку перезалівки льоду та/або заміни рекламних бортів за ініціативою Клуба, Клуб здійснює виробництво, доставку і монтаж рекламного матеріалу спонсорів (партнерів, рекламодавців) Чемпіонату власним коштом.

2.1.2. У випадку перезалівки льоду та/або заміни рекламних бортів за ініціативою УХЛ, УХЛ здійснює виробництво, доставку і монтаж рекламного матеріалу спонсорів (партнерів, рекламодавців) Чемпіонату власним коштом.

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.

2.4.1. На лицьовій та оборотній сторонах поліграфічної продукції, а також на сусідніх сторінках розворотів поліграфічної продукції, розміри логотипів партнерів Клуба не повинні бути більшими за розміри логотипів спонсорів (партнерів, рекламодавців) Чемпіонату.

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.

2.5.1. За попередньою заявкою УХЛ забезпечувати можливість вручення нагород гравцям Клуба або будь-яким іншим особам представниками спонсорів (партнерів або рекламодавців) Чемпіонату до початку матчу, під час перерви між періодами або одразу по завершенні матчу.

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, а також на формі хокеїстів, друкованих матеріалах, сторінках Клуба у соціальних мережах та на офіційному сайті.
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.
2.10.1. Направляти в УХЛ перелік музичних творів, які використовуються під час «домашніх» матчів Клуба у Чемпіонаті, а також під час проведення розважальних програм.
2.11. Направляти в УХЛ для узгодження перелік спонсорів, партнерів і рекламодавців Клубу.
2.11.1. Клуб зобов'язаний погоджувати з УХЛ перелік позицій для розміщення рекламних матеріалів, в тому числі не передбачених УХЛ та цим Регламентом.
2.12. Забезпечувати участь обраних УХЛ Хокеїстів, тренерів і керівників Клубу в фото- і відеозйомках та інших заходах, організованих УХЛ, за умови повідомлення Клуба не пізніше ніж за 3 календарних дні.
2.12.1. Фотографії та відео Хокеїстів, тренерів і керівників Клубу, створені під час проведення заходів спонсорів (партнерів, рекламодавців) Чемпіонату або під час матчу, можуть бути використані УХЛ та/або спонсорами (партнерами, рекламодавцями) з рекламною або маркетинговою метою.
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. 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.
2.16. Демонструвати на медіакубі, мультимедійному табло, а також мультимедійних екранах, встановлених на льодовій арені, затверджену рекламу спонсорів та партнерів УХЛ, а також рекламу Клуба за погодженням з УХЛ.
2.16.1. Безпосередньо до початку та по закінченні періодів матчу, а також під час рекламних пауз (у разі їх наявності) має бути забезпечений показ рекламних відеороликів спонсорів (партнерів, рекламодавців) Чемпіонату на мультимедійному табло спортивної споруди за наданим УХЛ медіа-планом.
2.16.2. Рекламні відеоролики показуються до матчу (у разі організації передматчевого шоу – до його початку) та безпосередньо після його завершення.
2.16.3. В перервах між періодами рекламні відеоролики транслюються двічі, одразу по закінченні попереднього періоду та безпосередньо перед початком наступного.
2.16.4. Не допускається виключення або заглушення звукового ряду під час трансляції відеороликів, наданих УХЛ для показу.
2.16.5. Під час трансляції відеороликів партнерів Чемпіонату на мультимедійних екранах не допускається розміщення іншого графічного контенту партнерів Клуба.
2.16.6. Заміна роликів має відбуватись за вимогою УХЛ шляхом повідомлення через офіційну електрону пошту Клуба, але не пізніше ніж за 6 годин до початку наступного «домашнього» матчу.

2.17. 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.
2.18. 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 та інше.
2.18.1. У разі наявності єдиного квиткового партнера Чемпіонату, не допускається залучення іншої компанії-розповсюджувача квитків на матчі Клуба.
2.19. 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.
2.20. 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).
2.21. Напередодні початку регулярного сезону та першого матчу плей-оф проводити відкриті тренування із залученням вболівальників та представників ЗМІ.
3. У випадку зміни місця проведення «домашніх» матчів Клуба на спортивну споруду, не заявлену Клубом як «домашню» у Договорі про участь в Чемпіонаті перед початком сезону, виробництво, доставку і монтаж рекламних матеріалів УХЛ і Клубу для такої споруди Клуб здійснює власним коштом.
4. Оцінку стану рекламних матеріалів спонсорів, партнерів і рекламодавців Чемпіонату і Клубу, а також фіксація виявлених дефектів здійснюється на підставі фото-звітів, які надаються представниками Клуба.
4.1. Фото-звіт про стан рекламних матеріалів, заявлених цим Регламентом, надається Клубами на щомісячній основі, але не пізніше ніж 25-е число кожного місяця.
4.2. Загальний зміст та вимоги до фото-звіту про стан рекламних матеріалів надаються Департаментом маркетингу УХЛ через електрону пошту.

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.
5.1.1. Не допускається розміщення будь-якої реклами з політичним, релігійним та/або расистським змістом, а також іншої реклами, яка не відповідає вимогам законодавства України.
5.2. Для реалізації власних комерційних прав, рекламні місця на ігровій формі хокеїстів та «домашніх» льодових аренах Клубів розділяються між Лігою, Клубом та Федерацією 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).
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 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);
– 2 місця за воротами у кінцевих зонах (500х250 см кожне).
5.5.2. За Клубом закріплюються наступні місця на «домашній» арені:
– 4 місця між червоною і синьою лініями (500х500 см кожне);
– 2 місця в колах для вкидання у кінцевих зонах по діагоналі від центрального кола вкидання (діаметр 900 см кожне);
– 2 місця за воротами у кінцевих зонах (500х250 см кожне).
5.5.3. Центральне коло вкидання є винятковим місце для розміщення логотипа Клуба або титульного партнера Клуба.
5.5.4. Рекламні матеріали на льодовій поверхні повинні забезпечувати повну видимість хокейної розмітки відповідно до офіційних Правил гри в хокей. У разі втрати видимості рекламних матеріалів, розміщених на льодовій поверхні, за вимогою УХЛ Клуб зобов’язаний провести оновлення льоду та заміну рекламних матеріалів.
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 одночасно із затвердженим Регламентом на сезон. Квота Клуба становить 20% від загальної кількості рекламних бортів. Квота Федерації хокею України становить 10% від загальної кількості рекламних бортів.
5.6.1. Кількість рекламних бортів по периметру льодової площадки – 40 шт.
5.6.2. Рекламні борта мають бути рівномірно розподілені по всьому периметру згідно затвердженій схемі. Розмір рекламних бортів розраховується відповідно до периметра льодової площадки.
5.6.3. Захисне скло по периметру є винятковим місцем для розміщення спонсорів та партнерів Ліги.
5.7. У разі відсутності можливості використати повністю власну квоту Клубу 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 без кольорової підкладки. Графічний макет рекламного матеріалу має бути виготовлений з урахуванням

відступів по всьому периметру, який дорівнює 100 мм.
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 Клубу проводиться за рахунок коштів Клубу.
5.11. Взаємодія Клубів з питань, пов’язаних з рекламною діяльністю, здійснюється з Департаментом маркетингу УХЛ.
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.
5.15. У разі затвердження Лігою нової символіки, Клуби зобов'язані використовувати оновлену символіку у всіх рекламно-інформаційних матеріалах.

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 одягу Клубу.
2.2. Всіх Хокеїстів команди індивідуально в «домашній» хокейній формі Клубу нового сезону, статичне фото анфас – без шолома, мінімум до поясу, 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.
2.4. Фотографії спортивної споруди, де відбудуться «домашні» матчі Клубу (не менше 8 фотографій), в тому числі: зовнішній вигляд споруди в світлий час доби, внутрішній вигляд споруди – загальні плани льодової арени з рівня льоду, з боку головної телевізійної камери та з боку трибуни.
3. Фотографії мають бути надані не обрізаними з боків. Співвідношення сторін особистих фотографій – 3x4 (вертикально), загальних фотографій – 4x3 (горизонтально). Фотографії надаються в форматі .jpg у якості 300 dpi та розміром не менш ніж 3000 px за довгою стороною.

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.
2. Клуб зобов'язаний надати телевізійному партнеру УХЛ виключну можливість проведення зйомки прибуття команд на спортивну споруду, в зоні роздягальнь та в момент виходу команд з роздягальнь на поле.
3. Телевізійний партнер УХЛ має право на зйомку «сухої» розминку Хокеїстів обох Клубів та суддів. Клуби зобов'язані надати доступ для проведення такої зйомки, час якої не має перевищувати 10 хвилин.

Стаття 8. Забезпечення умов розміщення обладнання на спортивних спорудах
1. Клуби зобов'язані спільно з УХЛ розробити і не пізніше ніж за 10 днів до початку Чемпіонату узгодити План розстановки необхідного обладнання, який включає:
1.1. План розміщення камер та пересувних телевізійних станцій (ПТС)
1.2. План розміщення зон телевізійного партнера УХЛ (коментаторських позицій, телевізійних студій, зони для флеш-інтерв'ю тощо)
2. Відповідно до Плану, затвердженого для кожної спортивні споруди, Клуб повинен забезпечувати:
2.1. Паркування автотранспорту телемовників, 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).
3. У випадку відсутності затвердженого з УХЛ Плану розстановки телевізійного обладнання та зон, проведення телевізійних зйомок матчів Чемпіонату не допускається.
4. Коментаторські позиції на «домашній» арені Клубу мають бути безпечними та відокремленими від глядачів. В обов'язки Клубу входить забезпечення відсутності сторонніх осіб на коментаторських позиціях.
5. За запитом телевізійного партнера, Клуби мають забезпечити місце для розміщення телевізійної студії безпосередньо на арені з видом на льодову площадку та трибуни, за умови можливості її безпечного розміщення. Місце розміщення такої студії затверджується Клубом, УХЛ та телевізійним партнером Ліги.
5.1. За необхідності, Клуб забезпечує скорочення глядацьких місць на льодовій арені.

Стаття 9. Проведення розширених трансляцій матчів
1. Телевізійний партнер УХЛ може зробити запит на організацію та проведення розширеної трансляції матчу Чемпіонату (в регулярному чемпіонаті – не пізніше ніж за 5 календарних днів, в плей-офф – не пізніше ніж за 3 календарних дні). В свою чергу, УХЛ повинна проінформувати обидва Клуби про такий запит, без надання погодження з боку Клубів.
2. Після отримання погодження від УХЛ, телевізійний партнер в день матчу має можливість проведення наступних зйомок:
2.1. Тренерських передматчевих установок обох Клубів. Клуби мають надати доступ до команд для проведення такої зйомки. Максимальний час знаходження знімальної групи (оператор, журналіст) в роздягальні під час установки не має перевищувати 1,5 хвилини.
2.2. Інтерв'ю з головними тренерами Клубів тривалістю не більше за 2 хвилини. Час проведення інтерв'ю погоджується з Клубом, при цьому інтерв'ю має бути закінчено не пізніше ніж за 45 хвилин до стартового вкидання.
2.3. Експрес-інтерв'ю за участі асистентів головних тренерів Клубів під час рекламних пауз другого та третього періодів. Послідовність спілкування представників Клубів затверджується з Клубами не пізніше ніж за 24 години до матчу.

3. У разі організації виїзної студії телевізійного партнера УХЛ під час матчу, Клуби повинні делегувати тренера, хокеїста або керівника Клубу за попереднім запитом від транслятора. Запит має бути надано не пізніше ніж за 24 години до початку матча.
4. Виключне право зйомки матчів Чемпіонату з рівня льоду надається телевізійному партнеру УХЛ.
4.1. Допускається зйомка з рівня льоду для трансляції виходу команд перед початком матчу та під час виконання Державного гімна України, по закінченні періодів та перед їх початком або в інших спеціальних випадках за письмових запитом УХЛ.
4.2. Для проведення зйомки з льоду може використовуватись радіочастотна (бездротова) камера, або дротова камера – за умови, що технічний помічник оператора стежить за дротом та не створює перешкод хокеїстам.

Стаття 10. Організація рекламних пауз під час матчу
1. Кількість, тривалість та процедура рекламних пауз під час матчів Чемпіонату затверджується Спортивним департаментом УХЛ.

ГЛАВА 4. ВЗАЄМОДІЯ УХЛ І КЛУБІВ ЗІ ЗМІ

Стаття 11. 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 шляхом акредитації можливостей по здійсненню професійної діяльності на спортивних спорудах, на яких здійснюється проведення матчів Чемпіонату.
2. Порядок проведення акредитації представників ЗМІ затверджується УХЛ та публікується на офіційному сайті.
3. Запити на очне інтерв’ю або спілкування з представниками УХЛ має відбуватись через прес-службу Ліги, а запити щодо спілкування з хокеїстами, тренерами чи керівництвом Клубів – через прес-службу відповідного Клубу.

Стаття 12. 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 вільний доступ на арену представників ЗМІ, дотримання ними умов їх акредитацій. Не допускати в зони, призначені для роботи ЗМІ, представників ЗМІ або будь-яких інших осіб, 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 спілкування з офіційним телевізійним партнером УХЛ одного Хокеїста в перерві матчу та тренера Клуба по закінченні матчу в зоні для флеш-інтерв'ю.
1.7.1. Тренер Клубу зобов’язаний прибути в зону для флеш-інтерв’ю одразу після фінальної сирени, не затримуючись в роздягальні Клубу.
1.7.2. У випадку, якщо хокеїст або тренер Клуба не володіють державною мовою, Клуб зобов’язаний забезпечити присутність перекладача.
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.
2. Спілкування представників Клубу (хокеїстів, тренерів, керівників) зі ЗМІ має відбуватись через прес-службу Клубу у відповідності з цим Регламентом.

ГЛАВА 5. ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ УХЛ І КЛУБІВ

Стаття 13. Взаємодія інтернет-ресурсів УХЛ і Клубів

1. Клуб зобов’язаний мати офіційний інтернет-ресурс (сайт). Офіційні інтернет-сайти УХЛ і Клубів є єдиним медіапростором.
2. Офіційний сайт Клубу має відповідати наступним вимогам:
2.1. Бути адаптованим для перегляду на мобільних пристроях (мати адаптивний дизайн або окрему мобільну версію).
2.2. Інформація на сайті Клубу має бути надана державною мовою, наявність іншомовних версій сайту залишається на розсуд Клубу.
2.3. На офіційному сайті Клубу мають бути розміщені наступні розділи та інформація:
2.3.1. Команда (гравці, тренерський штаб, персонал)
2.3.2. Клуб (історія, керівництво, контакти)
2.3.3. Новини (тексти, фото, відео)
2.3.4. Матчі (календар матчів, турнірна таблиця, статистика)
2.3.5. Інформація про придбання квитків та посилання на сторінку для електронного придбання (у разі наявності відповідного договору між УХЛ та квитковим партнером)
3. Протягом Чемпіонату Клуби зобов'язані забезпечувати розміщення на всіх сторінках офіційного інтернет-сайту Клубу наданих УХЛ текстових матеріалів (новин), макетів банерних матеріалів з гіперпосиланнями на офіційний інтернет-сайт УХЛ, інтернет-сайти спонсорів, партнерів і рекламодавців Чемпіонату.
4. 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 px.
5. Клуб-господар протягом 2 годин після закінчення домашнього матчу зобов’язаний:
5.1. Опублікувати на своєму інтернет-сайті звіт про матч.
5.2. Опублікувати на своєму інтернет-сайті коментарі головних тренерів команд, озвучені на післяматчевій прес-конференції.

5.3. 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 px шириною), не менше 20 з яких мають бути портретними крупним планом, для публікації на інтернет-сайті УХЛ.
6. Клуби зобов'язані мати офіційні сторінки в найбільших соціальних мережах, регулярно оновлювати їх та викладати матеріали, пов'язані з діяльністю Клуба та УХЛ.
6.1. Клубам заборонено використовувати в соціальних мережах вирази, зображення та відео, які оскорбляють, підривають або ставлять під сумнів честь, професійні та/або особисті якості суддів, УХЛ, інших Клубів та їх представників (хокеїстів, керівництва, вболівальників).

ГЛАВА 6. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 14. 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 15. 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.