



КОНТИНЕНТАЛЬНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

ПОЛОЖЕНИЕ
Континентальной хоккейной лиги
об аккредитации
сезон 2020/2021

Оглавление

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОБ АККРЕДИТАЦИИ	3
1.1. Общие положения об аккредитации.....	3
1.2. Аккредитация на Официальные мероприятия КХЛ.....	3
1.3. Приостановка действия аккредитации.....	3
РАЗДЕЛ 2. ТИПЫ И ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ АККРЕДИТАЦИИ	5
2.1. Сезонная аккредитация КХЛ	5
2.2. Порядок подачи заявок на сезонную аккредитацию	5
2.3. Типы аккредитации и их квоты.....	6
2.4. Разовая аккредитация КХЛ	6
2.5. Порядок оформления разовых аккредитаций.....	6
2.6. Пресс-клиппинг по итогам посещения матча по разовой аккредитации.....	7
2.7. Аккредитация на финал плей-офф.....	7
2.8. Аккредитация СМИ на специальные мероприятия Лиги.....	7
РАЗДЕЛ 3. КРИТЕРИИ АККРЕДИТАЦИИ	8
3.1. Общие требования к кандидатам.....	8
3.2. Количественные критерии для аккредитуемых СМИ	8
3.3. Качественные критерии для аккредитуемых СМИ.....	8
3.4. Аккредитация персонала пресс-служб и телеведущих клубов	8
РАЗДЕЛ 4. ЗОНЫ ДОСТУПА НА АРЕНАХ ЧЕМПИОНАТА КХЛ	9
4.1. Общие положения	9
4.2. Перечень зон доступа и их описание	9
4.2. Матрица аккредитации.....	10
4.3. Выход фотографов и операторов на ледовое поле.....	10

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОБ АККРЕДИТАЦИИ

1.1. Общие положения об аккредитации

- 1.1.1. Изложенные в данном Положении правила обязательны для кандидатов, претендующих на получение аккредитации КХЛ. Несоблюдение пунктов Положения может повлечь за собой лишение аккредитации одного сотрудника либо отзыв аккредитаций у всех сотрудников аккредитованного СМИ или организации.
- 1.1.2. 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.
- 1.1.3. Передача аккредитационной карты другому лицу не допускается. В случае нарушения данного правила аккредитационная карта изымается, а ее обладатель лишается аккредитации на весь сезон.
- 1.1.4. 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.
- 1.1.5. На карту аккредитации запрещено самостоятельно наносить дополнительные обозначения, наклейки, изображения. Аккредитация, имеющая отличия от оригинальной, подлежит изъятию.
- 1.1.6. Подделка карты аккредитации влечет за собой изъятие данной карты, немедленное удаление с арены сотрудниками Службы безопасности, а также применение других мер, предусмотренных законодательством Российской Федерации за подделку официальных документов (ч. 1 ст. 327 УК РФ).

1.2. Аккредитация на Официальные мероприятия КХЛ

- 1.2.1. Пресс-служба КХЛ проводит дополнительную аккредитацию на официальные мероприятия КХЛ: Матчи Звезд КХЛ, пресс-конференции КХЛ, церемонии награждения участников Чемпионата и др.
- 1.2.2. Аккредитация на Официальные мероприятия КХЛ осуществляется пресс-службой КХЛ согласно официальным заявкам от СМИ. Объявление о начале процедуры аккредитации на Официальные мероприятия КХЛ публикуется на интернет-ресурсах КХЛ или рассылается в редакции по электронной почте.
- 1.2.3. Порядок работы СМИ на Официальных мероприятиях КХЛ определяется КХЛ отдельно и рассылается в редакции по электронной почте не позднее чем за сутки до начала мероприятия.

1.3. Приостановка действия аккредитации

- 1.2.4. Действие аккредитации прекращается / приостанавливается в случае:
 - а) прекращения или приостановления деятельности СМИ или организации в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации;
 - б) прекращения трудовых или иных договорных отношений представителя СМИ с редакцией, аккредитованного СМИ;
 - в) прекращение трудовых или иных договорных отношений сотрудника с организацией (для типов аккредитации «лицензиат» и «статистика»);
 - г) отзыва представителя СМИ редакцией, аккредитованного СМИ;
 - д) истечения срока действия аккредитации.
- 1.2.5. В случае прекращения трудовых или иных договорных отношений аккредитованного представителя СМИ с редакцией СМИ, либо отзыва его по решению редакции СМИ соответствующая редакция СМИ обязана сообщить об этом в пресс-службу КХЛ в семидневный срок и вернуть аккредитационное удостоверение, либо уничтожить путем разрезания на части аккредитационной карты, после чего аккредитация данного лица прекращается. Редакция СМИ имеет право подать заявку на аккредитацию другого представителя.

В случае если СМИ или лицензиат (включая категории аккредитации «лицензиат» и «статистика») не проинформирует КХЛ о прекращении трудовых отношений в указанный срок, а также не вернет аккредитационную карту, либо не уничтожит путем разрезания на части, КХЛ оставляет за собой право отказать в аккредитации на будущий сезон, либо приостановить действие аккредитаций других представителей данного СМИ или лицензиата в текущем сезоне.

- 1.2.6.** Действие аккредитации может быть приостановлено по решению КХЛ с изъятием аккредитационного удостоверения в случае, если редакцией СМИ или отдельным представителем данного СМИ или организации нарушены настоящее Положение и/или Регламент КХЛ, а также правила работы на официальных мероприятиях КХЛ.

РАЗДЕЛ 2. ТИПЫ И ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ АККРЕДИТАЦИИ

2.1. Сезонная аккредитация КХЛ

- 2.1.1. Сезонная аккредитация дает право на посещение с целью освещения в СМИ всех матчей КХЛ в течение сезона, кроме матчей финала плей-офф.
- 2.1.2. Сезонная аккредитация выдается зарубежным, федеральным и региональным СМИ, которые освещают матчи КХЛ на постоянной основе. Количество аккредитованных СМИ определяется исходя из вместимости арены, количества заявок и их соответствия критериям, изложенным в Разделе 3 Положения об аккредитации.
- 2.1.3. 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.

2.2. Порядок подачи заявок на сезонную аккредитацию

- 2.2.1. Для подачи заявки на сезонную аккредитацию представителю СМИ необходимо заполнить форму на Медиапортале Континентальной хоккейной лиги (media.khl.ru).
- 2.2.2. Представитель СМИ 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 2/3 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, данное Положение об аккредитации;
 - Указать номер свидетельства о государственной регистрации СМИ.
- 2.2.3. Пресс-служба КХЛ дополнительно может запросить пресс-клиппинг (для пишущих журналистов), фотоотчет (для фотографов), канальную справку (для телекомпаний), запись радиоэфира (для радио) с информацией о количестве опубликованных / вышедших в эфир материалов на тему КХЛ за прошедший сезон. Отклоненную заявку с комментарием «прикрепить материалы пресс-клиппинга» следует доработать, прикрепив подборку самых читаемых/просматриваемых материалов по теме КХЛ. Материалы по другим темам не рассматриваются.
В случае, если автор работал под псевдонимом, то издание, на которое журналист писал материалы, должно направить в пресс-службу КХЛ письмо, подтверждающее, что данный автор публиковался у них под соответствующим псевдонимом и состоит в трудовых отношениях с редакцией.
Если автор или фотограф начинает сотрудничать с изданием только с нынешнего сезона, ему необходимо прикрепить пресс-клиппинг материалов о других событиях или других видах спорта, а также **указать об этом в официальном письме, направляемом в адрес Лиги (пункт 2.2.2).**
Напоминаем, что для получения сезонной аккредитации автор должен осветить не менее 2/3 домашних матчей команды в прошедшем сезоне, а в материалах должны содержаться цитаты игроков/тренеров, которые он как держатель аккредитации / получатель разовой аккредитации записывает в зонах СМИ.
- 2.2.4. На основании заявки и ее соответствия критериям, изложенным в Разделе 3 данного Положения, КХЛ совместно с клубом принимает решение об аккредитации либо отказе и уведомляет об этом заявителя.
- 2.2.5. 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.
- 2.2.6. Сроки подачи заявок на получение сезонной аккредитации КХЛ: **с 1 апреля по 2 августа текущего года, в котором начинается сезон.**
- 2.2.7. Срок принятия решения об аккредитации – **15 августа текущего года, в котором начинается сезон.** КХЛ пересылает готовые аккредитационные карты в хоккейные клубы, где сотрудники пресс-служб выдают их представителям СМИ. Выдача готовых аккредитационных карт – **после 25 августа текущего года, в котором начинается сезон** (конкретные даты и время необходимо уточнить в пресс-службе клуба).

2.3. Типы аккредитаций и их квоты

2.3.1. Типы аккредитации

- Пресс-служба КХЛ
- Пресс-служба клуба
- Пресса
- Фото
- Телевещатель
- ТВ
- Статистика
- Лицензиат
- Коммерческий инспектор
- Спортивная телематика

2.3.2. 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.

2.3.3. 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.

2.4. Разовая аккредитация КХЛ

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

2.4.2. 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.

2.4.3. 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.

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

2.4.5. КХЛ вправе приостановить действие разовых аккредитаций на матчах Чемпионатах. Пресс-служба КХЛ информирует клубы о приостановке действия разовых аккредитаций, блокирует на медиапортале возможность подачи заявки. Клуб обязан проинформировать СМИ, подавших заявки на разовые аккредитации, об ограничениях на этих матчах.

2.5. Порядок оформления разовых аккредитаций

2.5.1. Чтобы получить разовую аккредитацию, необходимо заполнить соответствующую заявку на Медиапортале КХЛ (media.khl.ru), выбрав в календаре интересующий матч.

2.5.2. К заявке необходимо приложить 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 КХЛ в части работы СМИ, данное Положение об аккредитации;

- Указать номер свидетельства о государственной регистрации СМИ.

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

- 2.5.3.** В случае одобрения заявки на портале в личном кабинете отразится информация, что заявка одобрена; карта выдается в пресс-службе клуба перед матчем.
- 2.5.4.** 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.
- 2.5.5.** Квота разовых аккредитаций на 1 матч: 5 шт. ТВ, 5 шт. ПРЕССА, 5 шт. ФОТО.
- 2.5.6.** Пресс-служба каждого клуба обязана за 5 часов до начала каждого матча второго этапа Чемпионата КХЛ (плей-офф) направлять в адрес пресс-службы Лиги и безопасности клуба список представителей СМИ (Название СМИ, ФИО, контактный телефон и e-mail), которым планируется выдать разовые аккредитации на данный матч.

2.6. Пресс-клиппинг по итогам посещения матча по разовой аккредитации

- 2.6.1.** Представитель СМИ, отработавший на матче по разовой аккредитации, обязан в течение 7 суток прикрепить опубликованный или вышедший в эфир материал по итогам матча.
- 2.6.2.** Пресс-клиппинг прикрепляется в разделе «разовые аккредитации».
- 2.6.3.** В случае нарушения пункта 2.6.1 клуб или КХЛ вправе отказать в выдаче повторной разовой аккредитации.

2.7. Аккредитация на финал плей-офф

- 2.7.1.** 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.
- 2.7.2.** Количество выдаваемых аккредитаций определяется исходя из количества рабочих мест для СМИ на арене (позиций для съемки, мест на пресс-трибуне, вместимости пресс-центра) и количества заявок от кандидатов.
- 2.7.3.** При большом количестве заявок, превышающем вместимость арены, преимущество отдается кандидатам, наиболее активно и широко освещающим ход сезона КХЛ.
- 2.7.4.** Аккредитация на финальные матчи плей-офф открывается по завершении первой из полуфинальных серий и завершается за 24 часа до начала первого матча серии. Пресс-служба КХЛ оповещает СМИ о начале процедуры аккредитации с помощью информационных ресурсов Лиги и клубов-финалистов.
- 2.7.5.** Подтверждение аккредитации рассылается СМИ пресс-службой КХЛ с помощью информационных ресурсов Лиги и/или на почту СМИ, указанную в заявке.

2.8. Аккредитация СМИ на специальные мероприятия Лиги

- 2.8.1.** 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 (media.khl.ru).
- 2.8.2.** Лига оставляет за собой право отказать в аккредитации кандидатам, нарушившим сроки и правила подачи заявок.

РАЗДЕЛ 3. КРИТЕРИИ АККРЕДИТАЦИИ

3.1. Общие требования к кандидатам

- 3.1.1. 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.
- 3.1.2. Заявки на аккредитацию должны подаваться в срок, установленный КХЛ. Заявки, отправленные с нарушением срока, могут быть не рассмотрены.
- 3.1.3. 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.
- 3.1.4. 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.
- 3.1.5. Аккредитованные СМИ обязаны соблюдать требования Регламента по маркетингу и коммуникациям. Нарушение приведенных в Регламенте правил может являться основанием для приостановления действия аккредитации представителя СМИ.

3.2. Количественные критерии для аккредитуемых СМИ

- 3.2.1. При подаче заявки на аккредитацию, кандидатам необходимо указать охват аудитории, выражаемый в тираже, количестве посетителей сайта или телезрителей.
- 3.2.2. 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.
- 3.2.3. 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.

3.3. Качественные критерии для аккредитуемых СМИ

- 3.3.1. 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.
- 3.3.2. 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 2/3 матчей клуба-участника чемпионата КХЛ.
- 3.3.3. 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.

3.4. Аккредитация персонала пресс-служб и телеведущих клубов

- 3.4.1. Сотрудники пресс-служб и телеведущих клубов, претендующие на получение аккредитации, также подают электронную заявку на Медиапортале КХЛ (media.khl.ru).
- 3.4.2. 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.
- 3.4.3. 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.

РАЗДЕЛ 4. ЗОНЫ ДОСТУПА НА АРЕНАХ ЧЕМПИОНАТА КХЛ

4.1. Общие положения

- 4.1.1. На аккредитационных картах, выданных представителям СМИ для работы на матчах Чемпионата КХЛ, указаны обозначения зон, которые определяют уровень доступа на арене.
- 4.1.2. 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.
- 4.1.3. 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.
- 4.1.4. 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.
- 4.1.5. 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.
- 4.1.6. 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.

4.2. Перечень зон доступа и их описание

- 4.1.7. **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.
- 4.1.8. **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.
- 4.1.9. **Конференц-зал (3).** Зал, где проводятся послематчевые и другие пресс-конференции с игроками, тренерами, руководством клуба.
- 4.1.10. **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).
- 4.1.11. **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) 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.
- 4.1.12. **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.

4.2. Матрица аккредитации

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

4.3 Выход фотографов и операторов на ледовое поле

- 4.2.1.** 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.
- 4.2.2.** 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.
- 4.2.3.** 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.
- 4.2.4.** 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.
- 4.2.5.** Данные правила действуют на все матчи, кроме матчей финала плей-офф.
- 4.2.6.** Для работы на всех других фото и телепозициях, кроме льда, наличие специального жилета не требуется.