

УТВЕРЖДАЮ
Министр спорта
Республики Беларусь


С.М. Ковальчук
« 30 » 2026 г.


УТВЕРЖДАЮ
Заместитель председателя
Ассоциации «Федерация хоккея
Республики Беларусь»


А.В. Васильев
« 30 » 2026 г.


Изменения
в регламент проведения Кубка Владимира Цыплакова
сезонов 2024-2025, 2025-2026, 2026-2027 годов

г. Минск
2026 год

1. Внести изменения в регламент проведения Кубка Владимира Цыплакова сезонов 2024-2025, 2025-2026, 2026-2027 годов, утвержденный 29.07.2024, и изложить соответствующие статьи (пункты, подпункты статей) в следующей редакции:

ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

МСТ - Министерство спорта Республики Беларусь

Судья - Официальное лицо, назначенное председателем Судейского комитета или отделом судейства ФХБ для судейства хоккейного матча

Специалист видеопросмотров ФХБ - Специалист, назначенный отделом судейства ФХБ, для просмотра спорных моментов, связанных со взятием ворот во время проведения матча в комнате видеопросмотров ФХБ

Отдел судейства ФХБ - Структурное подразделение ФХБ, осуществляющее оперативное управление и контроль за судейством соревнований

Сектор статистики ФХБ - Структурное подразделение ФХБ, осуществляющее организацию, ведение, оперативное управление и контроль за статистикой соревнований

Статья 4. Руководство Турниром

1. Организаторами Турнира выступают МСТ, ФХБ и клубы.

Общее руководство организацией и проведением Турнира осуществляют МСТ и ФХБ.

2. Клубы, как участники Турнира, выступают организаторами «домашних» матчей в соответствии с Регламентом.

Статья 5. Права организаторов Турнира

1.3. неисключительных прав на использование на основании Соглашений, заключаемых в соответствии со статьей 81 Регламента, в том числе коммерческое, но исключительно в связи с матчами Турнира и Турнира в целом:

а) изображений, ФИО, внешнего облика, стилизованных и фотографических образов хоккеистов в клубной экипировке, слоганов, высказываний, популярных выражений и других атрибутов персонификации хоккеистов, тренеров, врачей, руководителей, иных должностных лиц и специалистов клубов, судей, инспекторов, принимающих участие в матчах и иных мероприятиях ФХБ / Турнира, включая случаи, когда такие изображения являются основным объектом использования в связи с их участием в Турнире на следующих условиях:

- как в коммерческих, так и в некоммерческих целях;
- в составе команды или отдельно;
- как полученных в ходе проведения Турнира, так и специально созданных;

- для использования в рекламных целях, в средствах массовой информации, в аудиовизуальных произведениях, в компьютерных играх, при производстве сувенирной продукции и любое другое использование;

- для использования ФХБ самостоятельно и (или) передачи для использования третьим лицам без получения дополнительного согласия и без выплаты вознаграждения;

б) товарных знаков, наименований и иных обозначений, символики и иных результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации клубов;

в) фото и видеоизображений внутренних интерьеров и фасадов Спортсооружений.

3.13. производство и реализацию товаров с наименованием и (или) атрибутикой, и (или) символикой Турнира и клубов, хоккеистов, включая

сувенирную продукцию, а также предоставление указанных прав третьим лицам на товары с названием и/или атрибутикой Турнира, включая сувенирную продукцию;

5. Исключить.

Статья 6. Организация матчей Турнира

1. Клубы как организаторы «домашних» матчей Турнира обязаны обеспечить:

1.3. безопасность проведения спортивных мероприятий, в том числе проводить расследование несчастных случаев;

2. В соответствии с Регламентом клубы как организаторы «домашних» матчей Турнира берут на себя следующие обязательства, исполнение которых является неременным условием участия команд клубов в Турнире:

2.12. осуществление иных действий для реализации статуса участника Турнира и организатора «домашних» матчей Турнира.

3. В случае неисполнения и/или ненадлежащего исполнения клубом своих обязанностей как организатора «домашних» матчей, приведшее к невозможности проведения матча в назначенные дату и время, команде клуба засчитывается техническое поражение, применяются меры дисциплинарного воздействия в соответствии с Дисциплинарным регламентом.

Статья 10. Общие условия

Пункт 13 дополнить абзацем: При производстве трансляции не допускать использования в эфире ненормативной лексики хоккеистами, тренерами или иными представителями клуба.

Статья 16. Структура проведения Турнира

Турнир проводится по системе отдельных стадий:

первый раунд,
второй раунд,
третий раунд,
четвертый раунд.

Статья 17. Порядок участия команд в Турнире

В первом раунде команды формируются в пары по следующему принципу: команда, имеющая наиболее высокий номер «посева», играет с командой, имеющей наименьший номер «посева», команда, имеющая второй по счету номер посева – с командой, имеющей предпоследний номер посева и т.д.

Команды, занявшие 1-2 места по итогам Чемпионата в Высшей лиге предыдущего спортивного сезона, начинают участие в Турнире со второго раунда.

Номер посева определяется согласно местам, занятым командами по итогам Чемпионата в Высшей лиге предыдущего спортивного сезона.

Участие команды, не принимавшей участия в Чемпионате, и номер «посева» определяется решением ФХБ.

Пары команд во втором раунде и далее формируются согласно сетке Турнира.

Статья 18. Порядок проведения Турнира

1. Каждая стадия Турнира (за исключением четвертого раунда) состоит из серии матчей до двух побед, максимальное количество матчей – три.

2. Матчи четвертого раунда состоят из одного матча.

3. В каждом раунде матч проводится в Спортсооружении команды-«хозяина» матча.

Статья 22. Итоги Турнира

1. Команда, занявшая 1-е место, становится победителем Турнира.
2. Команда-победительница Турнира награждается переходящим Кубком Владимира Цыплакова.
3. Команды, одержавшие победу в четвертом раунде, занимают 1, 3, 5, 7, 9 и 11 места в Турнире. Команды, проигравшие в четвертом раунде, занимают 2, 4, 6, 8, 10, 12 места в Турнире.

Статья 25. Заявочный список команды клуба для участия в матче Турнира

7. Ответственность за соответствие заявочного списка команды клуба для участия в матче Турнира требованиям настоящей статьи несет клуб.

Статья 36. Порядок проведения мероприятий, предшествующих началу матча

При участии команд одного государства:					
1.7.	3 минуты 30 секунд до стартового вбрасывания шайбы	- команды располагаются на скамейках запасных, - представление стартового состава команды «хозяев» и приглашение команды «гостей», - выход команд на лед	1.7.	3 минуты 30 секунд до стартового вбрасывания шайбы	- команды располагаются на скамейках запасных, - судья информатор приглашает персонально на ледовую площадку стартовый состав (пять полевых хоккеистов и вратаря) команды «гостей», затем в полном составе оставшихся хоккеистов, - после небольшой паузы судья информатор приглашает персонально стартовый состав (пять полевых хоккеистов и вратаря) команды «хозяев», затем в полном составе оставшихся хоккеистов команды «хозяев»;
1.9.	15 секунд до стартового вбрасывания шайбы	- хоккеисты стартовых составов располагаются для проведения вбрасывания в центре поля и начала игровых действий, - вратари располагаются во вратарской площади своих ворот;			

Статья 48. Требования к форме хоккеистов

Пункт 5 дополнить абзацем: В случае наличия в команде хоккеистов с одинаковой фамилией, на свитере хоккеиста после фамилии должна быть указана первая буква его имени с точкой.

Например: ИВАНОВ И.

13. Запасные вратари возрастной категории «юниоры до 18 лет» во время матча должны находиться на скамейке запасных во вратарских шлемах.

Статья 49. Требования к форме одежды официальных лиц команды

1. Официальные лица команды, находящиеся на скамейке запасных на предматчевой разминке, во время матча Турнира, при проведении послематчевой пресс-конференции обязаны соблюдать следующий дресс-код:

- руководители клубов и тренерский состав – единая форма одежды, предусматривающая обязательное наличие пиджака или бомбера с логотипом клуба, брюк, рубашки и галстука. Под единой формой одежды понимается единые элементы одежды, выполненные в едином цвете и модельном фасоне, исключая спортивную одежду;

Статья 50. Обязанности клуба (команды) по проведению матчей Турнира

- 3.9. Обеспечить при проведении «домашнего» матча текстовую онлайн-трансляцию матча в сети Интернет в режиме реального времени в соответствии

с Положением о ведении статистики (приложение 10) и ознакомить судью Протокола матча и судей статистики с данным Положением.

3.11. Обеспечить медицинское обслуживание матча в соответствии с законодательством, постановлением МСТ от 28.12.2020 № 42 «О медицинском обеспечении спортивных мероприятий на территории Республики Беларусь».

Клуб обязан обеспечить прибытие за 60 минут до начала матча и присутствие на ледовой площадке в течение всего времени проведения матча специализированной бригады скорой медицинской помощи (реанимационной или кардиологической), специализированного транспортного средства «скорой медицинской помощи», оперативное прибытие на Спортсооружение дополнительной специализированной бригады скорой медицинской помощи (реанимационной или кардиологической), специализированного транспортного средства «скорой медицинской помощи» в случае необходимости отправки травмированного хоккеиста, тренера, судьи или иного участника Турнира в учреждение здравоохранения.

Медицинское обеспечение Турнира осуществляют медицинские работники организаций физической культуры и спорта, учреждений спортивной медицины, иных государственных организаций здравоохранения в соответствии с Регламентом Турнира.

Работник клуба должен быть подготовлен к встрече любых работников служб скорой и неотложной медицинской помощи и сопровождению их до наиболее подходящего места в том случае, если потребуется содействие при оказании первой помощи или выноса травмированного хоккеиста, тренера, судьи или иного участника Турнира с ледовой площадки или из другого места.

Клуб обязан разработать карты маршрутов, включая пункты пропуска на Спортсооружение, места размещения, пути выхода на ледовую площадку и пути эвакуации травмированных до специализированного транспортного средства «скорой медицинской помощи». На данных маршрутах должны отсутствовать зрительские кресла, телевизионное оборудование и любые иные препятствия, которые могли бы помешать безопасному и оперативному выносу травмированного хоккеиста, тренера, судьи или иного участника Турнира или должностного лица. Эти карты должны быть размещены в местах дежурства бригады на ледовой площадке.

В случае необходимости оказания медицинской помощи, хоккеиста, тренера, судьи или иного участника Турнира доставляют в ближайший медицинский пункт Спортсооружения, если таковой имеется.

В экстренных ситуациях и в случаях отсутствия медицинского кабинета в Спортсооружении, медицинская бригада матча доставляет хоккеиста, тренера, судьи или иного участника Турнира в организацию здравоохранения для оказания ему необходимой специализированной медицинской помощи.

В случае необходимости доставки хоккеиста, не достигшего восемнадцатилетнего возраста, в организацию здравоохранения для оказания специализированной медицинской помощи, его сопровождает официальный представитель команды.

В случае получения хоккеистом травмы организаторами Турнира и иными лицами принимаются меры в соответствии с законодательством.

Статья 56. Организация судейства

3. Назначение главного(ых) судьи(ей), линейных судей на матчи Турнира осуществляется отделом судейства ФХБ или Судейским комитетом.

5. Назначение судьи Протокола матча, судей в бригаде и судей статистики осуществляется клубом-«хозяином» матча по согласованию с отделом судейства и сектором статистики ФХБ. Работа судей статистической бригады осуществляется в соответствии с Положением о ведении статистики (приложение 10).

Ответственность за работу судьи Протокола матча, судей в бригаде и судей статистики несет клуб-«хозяин» матча.

Статья 58. Контроль качества судейства

1. Контроль качества судейства в течение Турнира осуществляет отдел судейства ФХБ и Судейский комитет.

3. Назначение инспектора на матч осуществляется руководством ФХБ или Судейским комитетом.

Статья 59. Порядок прибытия судей к месту проведения матча

1. Судьи, назначенные для обслуживания матча Турнира, обязаны прибыть в Спортсооружение, где запланировано проведение матча, не позднее чем за 2 (два) часа до начала матча.

Статья 60. Действия главного судьи перед началом матча

1. Перед началом матча Турнира главный судья матча обязан:

1.1. не менее чем за 1 час до начала матча (до выхода на предматчевую разминку на ледовую площадку):

получить от представителей клуба-«хозяина» матча подписанный Акт готовности Спортсооружения к проведению матча Турнира и убедиться в его достоверности;

проверить соответствие заявок команд на матч требованиям Регламента;

Статья 61. Порядок использования Системы «Видео-гол»

Пункт 2 дополнить абзацем: Запрос тренера по правилу «Нарушение численного состава» в матчах Турнира не применяется.

Статья 63. Порядок внесения изменений в Протоколы матчей и статистику Турнира

ФХБ на основании обращений клуба с предоставлением подтверждающих материалов, решений Судейского комитета, Дисциплинарного комитета, инспектора матча, комиссара матча, специалиста видеоповторов ФХБ вправе вносить изменения в Протоколы матчей и статистику матча.

Статья 66. Материально-техническое оснащение Спортсооружений

4.3. время игры в каждом периоде, отсчитываемое в минутах и секундах от 20:00 до 0:00 (должно демонстрироваться в постоянном режиме);

12.1. пресс-центр для СМИ с организованным беспроводным доступом в сеть Интернет (из расчета не менее 15 пользователей с минимальной пропускной способностью 30 Мбит/с для исходящего и 30 Мбит/с для входящего трафика) и местом для получения СМИ информационных материалов (составов, статистических протоколов и пр.). Пресс-центр должен быть оборудован удобной мебелью (столами для работы журналистов (не менее 7), необходимым количеством стульев, вешалок и др.), персональным компьютером, МФУ (принтер, сканер, ксерокс), телевизором (с выводом трансляции матча), удлинителями (не менее 2), достаточным количеством питьевой воды и одноразовой посуды;

12.2. ложу прессы не менее 15 мест на трибуне Спортсооружения для представителей СМИ и сотрудников пресс-службы клуба-«гостя», в том числе не менее 5 мест, оборудованных рабочими столиками и электрическими розетками с хорошей видимостью хоккейной площадки, с доступом в сеть Интернет (Wi-Fi);

12.3. зал для пресс-конференций в виде отдельной комнаты со звукоизоляцией, позволяющей проводить пресс-конференции не менее, чем для 20 человек. Зал для пресс-конференций должен быть оборудован столом для

участников пресс-конференций, необходимым количеством стульев (не менее 25), микрофонами (средствами громкой связи) и рекламным баннером (пресс-воллом), предоставленным ФХБ;

12.4. смешанную зону (микст-зону) для общения аккредитованных представителей СМИ с хоккеистами и тренерами команд, расположенную как можно ближе к раздевалкам команд-участниц и оборудованную рекламным баннером (пресс-воллом), предоставленным ФХБ. Смешанная зона должна быть достаточно большой для размещения всех заинтересованных представителей СМИ с удобным доступом из медиазон. Если архитектурные особенности Спортсооружения не позволяют организовать смешанную зону в месте, в равной степени удобном для команд-участниц, допускается создание дополнительной смешанной зоны, удовлетворяющей перечисленным требованиям;

12.5. места для работы аккредитованных фотографов по периметру хоккейной площадки за исключением зон, где зрительские места расположены вплотную к хоккейной площадке. Участки по периметру хоккейной площадки, выделенные фотографам для работы, должны быть отмечены надписями «ФОТО», размещенными на бортах со стороны трибун.

13.6. Исключить.

Статья 70. Требования к клубам по работе со зрителями и болельщиками

2. Каждый клуб должен назначить лицо, ответственное за работу с болельщиками, а также лицо, ответственное за работу со зрителями.

Статья 73. Билетная программа

1. Пункт 1 дополнить абзацем: Клуб обязан обеспечить доступность каждого зрительского места, подлежащего продаже, для покупки как в кассах Спортсооружения, так и посредством сети Интернет. Не допускается квотирование продаж для какого-либо канала дистрибуции билетов. Однако допускается рассмотрение лимитов по количеству билетов на один заказ (в том числе на один телефонный номер/e-mail/IP-адрес) и/или на одного покупателя. Данная норма относится к матчам с прогнозируемым повышенным спросом на билеты в целях ограничения возможной перепродажи билетов.

12. Клуб-«хозяин» в случае получения за сутки до начала матча предварительной заявки от ФХБ и/или клуба-«гостя» обязан предоставить:

зрительские места на центральной трибуне для руководства этих организаций;

отдельные ложи (при их наличии в Спортсооружении).

Статья 74. «Гостевой» сектор

Пункт 13 дополнить абзацем: В случае появления в других секторах Спортсооружения прибывших на матч болельщиков команды-«гостя» клубом-«хозяином» должны оперативно приниматься меры по их перемещению в «Гостевой» сектор.

Статья 79. Обязанности клуба

2. Клуб обязан назначить лицо, ответственное за работу с партнерами клуба и спонсорами (партнерами, рекламодателями) ФХБ и Турнира, за размещение рекламы на Спортсооружении, экипировке, оборудовании, интернет-сайте и полиграфической продукции.

Статья 81. Требования к изготовлению и размещению рекламных материалов на ледовой арене

2.1. размер одного рекламного места на бортовом ограждении (рекламный борт) составляет до 4000 мм × 1000 мм (рекламные борта № 2-6, 8-15, 17-21, 24-27, 29-36, 38-42, предусмотренные Соглашением о распределении рекламного

пространства), до 5000 мм × 1000 мм (рекламные борта № 7, 16, 28, 37, предусмотренные Соглашением о распределении рекламного пространства) и от 6800×1000 мм (рекламные борта №1, 22);

3.3. количество рекламных мест на линиях разметки – 4 шт.;

4.1. размер одного рекламного места (рекламного стикера) на защитных стеклах вдоль ледовой площадки составляет 700 мм × 200 мм;

4.3. рекламные стикеры вдоль ледовой площадки должны быть размещены согласно утвержденной схеме размещения, непосредственно от края скамеек запасных на всю ширину защитного стекла (без промежуточных расстояний); максимально допустимая высота наклейки рекламных стикеров от нижней границы – до 5 мм;

5.2. размер одного рекламного места на стеклах кабинок запасных игроков (рекламных стикеров) в высоту составляет 200 мм, ширина 1 рекламного стикера равна 600 мм;

размер одного рекламного места на стеклах кабинок штрафников (рекламных стикеров) в высоту составляет 600 мм, ширина 1 рекламного стикера равна 600 мм;

5.3. количество рекламных стикеров на стеклах кабинок запасных игроков – 14 шт.;

5.4. количество рекламных стикеров на стеклах кабинок оштрафованных – 12 шт.;

Статья 83. Пресс-служба

1. Клуб обязан назначить лицо, ответственное за связи с общественностью и СМИ, администрирование официального сайта, проведение пресс-конференций, подготовку информационных материалов, мониторинг СМИ, выполнение предусмотренных Регламентом обязанностей клуба по аккредитации представителей СМИ, а также осуществляющее контроль работы фотографов.

3.3. обеспечение участия представителя клуба, ответственного за работу со СМИ (пресс-атташе), в финальных матчах Турнира для обеспечения взаимодействия тренеров и хоккеистов со СМИ. Возложение данных обязанностей на иное лицо или представителя команды запрещается;

3.4. обеспечение фотосъемки заявочных фотографий в соответствии с требованиями Приложения 23 Регламента Чемпионата, а также производство фото- и видео материалов, необходимых для работы ФХБ;

3.7. недопущение со стороны клуба, его хоккеистов, тренеров и иных лиц клуба публичного распространения, в том числе в СМИ и в Интернете (включая официальные аккаунты клуба и личные страницы официальных лиц клуба в социальных сетях), информации (фильмов, изображений, обращений, постов, символов и проч.), носящей оскорбительный, провокационный характер, негативных оценок спонсоров (партнеров, рекламодателей) Турнира и/или клубов, а также использование ненормативной лексики в отношении участников Турнира, судей, инспекторов матчей, ФХБ;

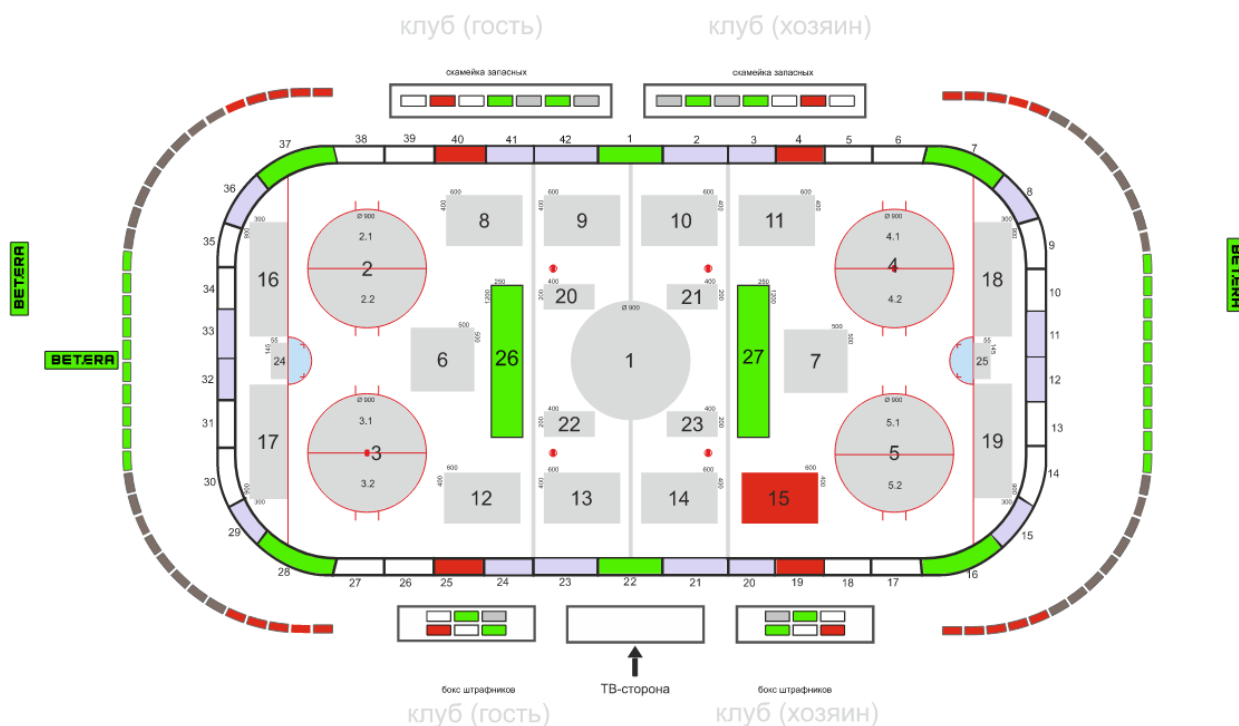
2. Настоящие изменения в регламент проведения Кубка Владимира Цыплакова сезонов 2024-2025, 2025-2026, 2026-2027 годов, утвержденный 29.07.2024, вступают в силу с даты их утверждения и распространяются на отношения, возникшие с 01.07.2026.

Приложение 5

Приложение № 1 к Соглашению о
распределении рекламного пространства
от «__» _____ 202__ г.

1. Лед и борта ледовых арен (спортивных сооружений)

Планограмма распределения рекламного пространства: лед, борта



Обозначения принадлежности позиций:

серый цвет – Ассоциация, белый – Клуб, зеленый – Титульный партнер Ассоциации, красный – сторонний букмекерский партнер Клуба

Лед и борта ледовых арен (спортивных сооружений)

Рекламные носители	Размеры (м)	Количество, шт.	Принадлежность
Лёд			
Центральный круг вбрасывания (1) – логотип Клуба/генерального спонсора Клуба	D=9	1	КЛУБ
Круги вбрасывания (2, 5)	D=9	2	КЛУБ
Круги вбрасывания (3, 4)	D=9	2	КЛУБ
Рекламные модули на льду (6, 7)	5x5	2	КЛУБ
Рекламные модули на льду (8, 9, 11, 12, 14, 15)	6x4	6	КЛУБ
Рекламные модули на льду (10, 13)	6x4	2	КЛУБ

Рекламные модули на льду (16, 17, 18, 19)	3x9	4	КЛУБ	
Рекламный модуль на льду (20)	4x2	1	КЛУБ	
Рекламные модули на льду (21, 22, 23)	4x2	3	КЛУБ	
Рекламные модули в зоне ворот на льду (24, 25)	1,45x0,55	2	КЛУБ	
Рекламные модули на льду (26, 27)	2,5x12	2	АССОЦИАЦИЯ	
Борта				
Рекламные носители	Размеры (м)	Количество, шт.	Принадлежность	
			В период проведения регулярного Чемпионата и розыгрыша Кубка	В период проведения второго этапа Чемпионата
Рекламные баннеры (2, 3, 7, 8, 11, 12, 15, 20, 21, 23, 24, 28, 29, 32, 33, 36, 41, 42)	до 4x1	16	АССОЦИАЦИЯ	АССОЦИАЦИЯ
Рекламные баннеры (4, 5, 6, 9, 10, 13, 14, 17, 18, 19, 25, 26, 27, 30, 31, 34, 35, 38, 39, 40)	до 4x1	20	КЛУБ	АССОЦИАЦИЯ
Рекламные баннеры (1, 22)	не менее 6,8м в длину, до 1м в высоту	2	АССОЦИАЦИЯ	АССОЦИАЦИЯ
Рекламные баннеры (7, 16, 26, 37)	До 5x1 м	4	АССОЦИАЦИЯ	АССОЦИАЦИЯ
Линии разметки				
Синие линии на бортах	До 60% от 1x0,3	4	АССОЦИАЦИЯ	АССОЦИАЦИЯ
Красная линия на бортах	До 60% от 1x0,3	2	АССОЦИАЦИЯ	АССОЦИАЦИЯ

*Рекламные материалы, размещенные на подледных рекламных модулях 13, 14 не должны заходить в зону разметки «Площади судьи»

** Расстояние от середины оси красной линии до подледных рекламных модулей 0,5 м

*** Размещение рекламных материалов на красной и синих линиях разметки допускается исключительно на их вертикальных частях, расположенных на бортах. При этом площадь рекламного материала не может превышать 60% площади вертикальных частей и размещаемый материал не должен пересекать или заступать за их границу.

**** Ассоциация оставляет за собой право потребовать размещение рекламных баннеров в кругах вбрасывания подледных модулей, а также бортах хоккейной коробки на время проведения второго этапа Чемпионата (стадия плей-офф).

***** Если рекламный баннер на борту хоккейной коробки не занят партнером Ассоциации, Клуб может запросить выкуп такого борта с учетом комиссии от его реализации: 50% - Ассоциация, 50% - Клуб.

2. Стикеры на защитных стеклах, скамейках запасных и оштрафованных

Скамейка запасных игроков

клуб (гость)

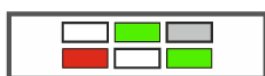
клуб (хозяин)



Обозначения принадлежности позиций:

серый цвет – Ассоциация, белый – Клуб, зеленый – Титульный партнер Ассоциации, красный – сторонний букмекерский партнер Клуба

Бокс оштрафованных



бокс штрафников

бокс штрафников

клуб (гость)

клуб (хозяин)

Обозначения принадлежности позиций:

серый цвет – Ассоциация, белый – Клуб, зеленый – Титульный партнер Ассоциации, красный – сторонний букмекерский партнер Клуба

Защитные стекла

Рекламные носители	Размеры (мм)	Количество, шт.	Принадлежность
Скамейка запасных игроков	600x200	8	АССОЦИАЦИЯ
		6	КЛУБ
Бокс оштрафованных		6	АССОЦИАЦИЯ
		6	КЛУБ
Вдоль ледовой площадки «Платиновый круг»	700x200	52	АССОЦИАЦИЯ
		20	КЛУБ
На закруглениях за воротами	5000x1000	2	АССОЦИАЦИЯ

3. Пресс-воллы в пресс- и микст-зонах

Рекламные носители	Размеры (м)	Количество, шт.	Принадлежность
Логотипы на пресс-воллах	0,2x0,08	50	АССОЦИАЦИЯ
Логотипы на пресс-воллах	0,2x0,08	50	КЛУБ

Размер одного пресс-волла – 3x2 м

При использовании более широких размеров пресс-волла логотипы добавляются пропорционально узору, но так, чтобы доли Ассоциации и Клуба оставались неизменными.



Обозначения принадлежности позиций:

серый цвет – Ассоциация, белый – Клуб, зеленый – Титульный партнер Ассоциации, красный – сторонний букмекерский партнер Клуба

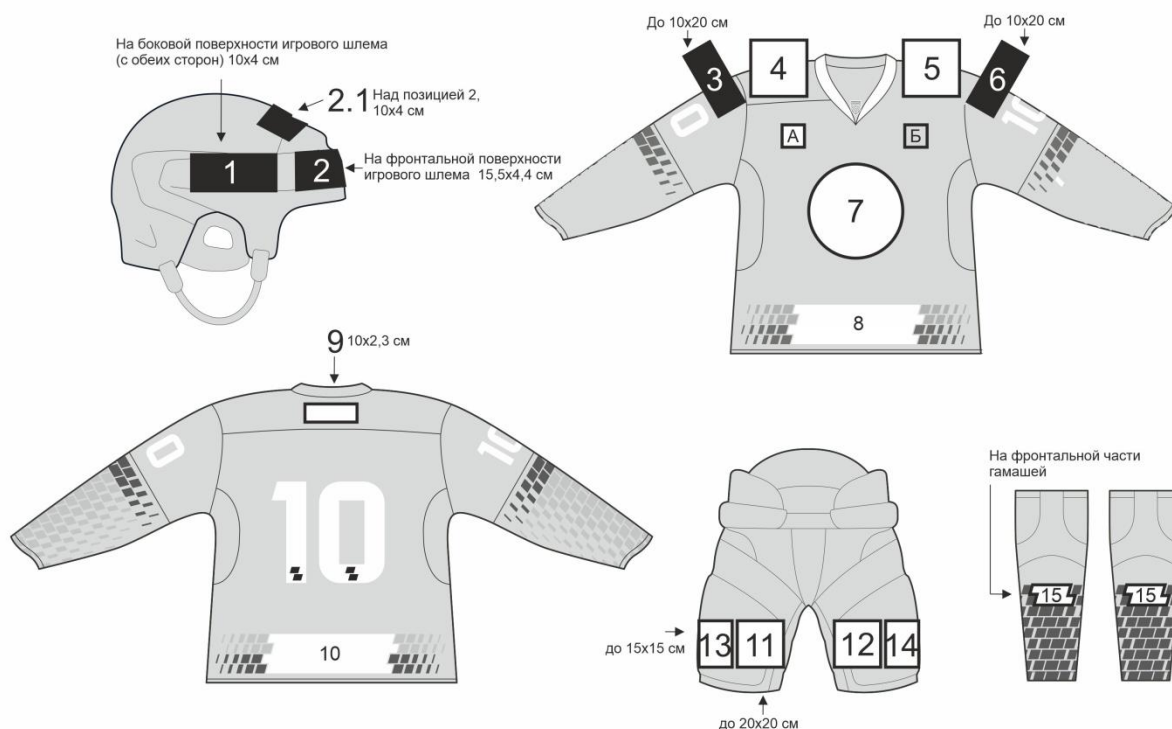
4. Заливочные машины

Рекламные места на заливочной машине закрепляются за Клубом.

Ассоциация оставляет за собой право потребовать размещение рекламных материалов на заливочной машине на время проведения второго этапа Чемпионата (стадия плей-офф).



5. Форма хоккеистов



*Позиции 3 и 6 располагаются над игровым номером на расстоянии не менее 2 см от позиций 4 и 5 соответственно

**Позиция А по умолчанию используется для дублирования игрового номера хоккеиста, но при желании может быть заменена на лого партнера

Обозначения: черный цвет – принадлежность Ассоциации, белый – Клубу

Рекламные носители	Размеры (м)	Количество, шт.	Принадлежность
Игровой шлем			
Боковая поверхность (1)	0,1x0,04	2	АССОЦИАЦИЯ
Фронтальная поверхность (2)	до 0,155x0,045	1	АССОЦИАЦИЯ
Верхняя поверхность (2.1)	до 0,1x0,04	1	АССОЦИАЦИЯ
Игровой свитер передняя часть			
Грудь (7 - логотип КЛУБА)	-	1	КЛУБ
Плечи (4,5)	0,2x0,2	2	КЛУБ
Блок А	0,1x0,1	1	КЛУБ
Плечи (3,6)	0,2x0,1	2	АССОЦИАЦИЯ
Блок Б	0,1x0,1	1	АССОЦИАЦИЯ
Нижняя кромка (8)	до 0,7x0,25	до 2	КЛУБ
Игровой свитер спина			
Над игровым номером у горловины (9)	0,1x0,023	1	КЛУБ
Нижняя кромка (10)	до 0,7x0,25	до 2	КЛУБ
Чехлы на шорты			
Передняя часть (11,12)	0,2x0,2	2	КЛУБ
Передняя часть (13,14)	0,15x0,15	2	КЛУБ
Гамашы			

Передняя часть (15)	0,07х0,20	2	КЛУБ
---------------------	-----------	---	------

6. Медиакуб и бегущая строка. Схема распределения рекламных блоков

Перерыв	Блок	Последовательность выходов	Продолжительность
Рекламное время до начала матча (предматч)	Блок 1	КЛУБ	30 мин (до начала матча)
1-й перерыв	блок 2	АССОЦИАЦИЯ	180 сек.
		КЛУБ	180 сек.
	блок 3	КЛУБ	180 сек.
2й перерыв	блок 4	АССОЦИАЦИЯ	180 сек.
		АССОЦИАЦИЯ	180 сек.
	блок 5	КЛУБ	180 сек.
		КЛУБ	180 сек.
3й перерыв	блок 6	АССОЦИАЦИЯ	180 сек.
		АССОЦИАЦИЯ	180 сек.
		КЛУБ	180 сек.

Коммерческие паузы

АССОЦИАЦИЯ		КЛУБ
50% от общего количества		50% от общего количества

№ коммерческой паузы	Последовательность выходов	Продолжительность
1	АССОЦИАЦИЯ	30 сек.
	КЛУБ	30 сек.
2	АССОЦИАЦИЯ	30 сек.
	КЛУБ	30 сек.
3	АССОЦИАЦИЯ	30 сек.
	КЛУБ	30 сек.
4	АССОЦИАЦИЯ	30 сек.
	КЛУБ	30 сек.
5	АССОЦИАЦИЯ	30 сек.
	КЛУБ	30 сек.
6	АССОЦИАЦИЯ	30 сек.
	КЛУБ	30 сек.

Если Клуб не располагает возможностью воспроизведения рекламных материалов на медиакубе, то данная реклама должна быть ретранслирована посредством аудио воспроизведения.

7. Перечень прав и рекламных опций, доступных клубу для предложения организатору азартных игр в товарной категории «Букмекерские услуги» (отличному от партнера Ассоциация «Федерация хоккея Республики Беларусь»)*

Права на ассоциацию с Клубом (символика, любые титулы, права на игроков и т.д.), возможность проведения активация с использованием прав – онлайн и офлайн, без символики Экстралиги в составе фотоматериалов
Размещение рекламы на игровой форме (джерси) не более 1 шт. (в том числе на форме, которая в продаже у клубов, как сувенирная)
Размещение рекламы на игровой форме (шорты) не более 1 шт., до 20х20 см
Размещение рекламы на тренировочной форме: джерси не более – не ограничено
Размещение рекламы на форме для раскатки, разминочной, форме тренеров – не ограничено
Размещение рекламы на костюмах группы поддержки
Размещение рекламы на ледозаливочной машине
Размещение рекламы на бортах ледовой арены – не более 2-х шт. в зоне видимости ТВ, до 4х1 м
Размещение рекламы на бортах ледовой арены – не более 2 шт. вне зоны видимости ТВ, до 4х1 м
Размещение рекламы на подледном модуле не более 1 шт. (за исключением центрального круга вбрасывания)
Наклейки в боксах оштрафованных – не более 1 шт. (по одной за каждым), до 600х200 мм
Стикеры (наклейки) на стеклах скамеек запасных игроков – не более 1 (по одной за каждой)
Размещение рекламы на пресс-воллах не более 15 % от доли клуба**
Размещение рекламных роликов на медиа-кубах/экранах не более 2 выходов по 15 сек. в спонсорских блоках в перерывах
Возможность проведения партнером Клуба промоакций в фойе и в «чаше» ледовой арены (включая раздаточные материалы зрителям), конкурсы во время Матчей с упоминанием ведущими и графикой на медиа-кубе/фасции. Промоакции не должны проводиться на первых пяти рядах для зрителей за защитными стеклами в ледовых аренах
Возможность интеграции рекламы партнера Клуба в предматчевые шоу, которые должны завершаться не позднее 1 минуты до начала игры
Размещение рекламы на печатных материалах клуба (программки, билеты)
Реклама на digital ресурсах клуба (сайт, SMM)
Рекламное оформление с размещением логотипа партнера Клуба в фойе, в ложах, на входах в ледовые арены/фасаде
Программа гостеприимства Клуба

* В случае сотрудничества с отличным Партнером от Партнера ФХБ в товарной категории букмекерские услуги Клуб не вправе предлагать дополнительные услуги, не указанные в перечне предоставленных прав.

** В случае сотрудничества с отличным Партнером от Партнера ФХБ в товарной категории букмекерские услуги, рекламные материалы не должны располагаться рядом (граничить) с рекламными материалами партнера ФХБ.

8. Расположение и проведение партнерских мероприятий и промо-акций. Помещения арены (ледового дворца)

Ассоциация имеет право на проведение мероприятий и промо-акции партнеров с соблюдением законодательства Республики Беларусь. Ассоциация проводит согласование мероприятия/ промо-акции за 3-ое суток с Клубом.

Клуб обязан предоставить площадку для проведения мероприятий и промо-акции партнеров Ассоциации на территории ледовой арены.

Клуб имеет право размещения рекламных материалов (рекламных материалов партнеров\ спонсоров \ рекламодателей) на всех площадях арены (стены ядра ледовой площадки, балконы, холлы, лестничные пролеты, пункты общепита, туалеты и т.п.) после согласования рекламного макета с Ассоциацией.

8. Иные рекламные поверхности

Клуб, по обязательному предварительному согласованию с Ассоциацией, имеет право размещения рекламных материалов на:

- внешней стороне защитных бортовых конструкций;
- непосредственно за защитными стеклами в зоне прямой видимости через стекла;
- по периметру трибун в зоне видимости камер;
- иные способы размещения рекламных носителей.

Графический макет и размер рекламного материала необходимо согласовать с Ассоциацией перед его размещением.

9. Реквизиты и подписи Сторон

**Ассоциация «Федерация хоккея
Республики Беларусь»**

Клуб

220020, г. Минск, пр. Победителей, д. 20
корп. 3 комн. 101
р/с BY28AKBB30150000021580000000
ОАО «АСБ Беларусбанк», г. Минск,
пр-т Дзержинского, 18
BIC-SWIFT: AKBBBY2X
УНП 100369599 ОКПО 00040519

_____/_____/_____
М.П.

Приложение 7

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ РЕКЛАМНЫХ (КОММЕРЧЕСКИХ) ПАУЗ

3. Единственным исключением проведения рекламной паузы во время указанных остановок игры являются следующие ситуации:

- 3.1. взятие ворот,
- 3.2. присуждено выполнение Штрафного броска,
- 3.3. на льду начинается драка,
- 3.4. зафиксирован проброс,
- 3.5. шайба была брошена в конечную зону из-за центральной красной линии, и вратарь накрыл ее, вызвав остановку игры,
- 3.6. ворота случайно сдвинуты защищающимся хоккеистом, включая вратаря,
- 3.7. одна из команд играет в численном меньшинстве, за исключением случаев, когда команда играет в меньшинстве в результате Большого штрафа.

Исключения по подпунктам 3.4-3.7 настоящего пункта применяются в случае штрафа или штрафов, налагаемых в данную остановку, которые влияют на численный состав на льду одной из команд.

В случаях, когда рекламная пауза не проводится в один из указанных временных отрезков вследствие исключений, указанных в настоящем пункте, упущенная рекламная возможность компенсируется при первой остановке игры в следующем установленном временном отрезке для рекламных пауз. Вторая рекламная пауза тогда проводится после первой остановки игры по истечении 60 секунд после первой рекламной паузы. Если происходит еще одно событие, в результате которого пропускается вторая рекламная пауза, данная процедура будет повторяться, пока не будут проведены все паузы.

5.3. командам запрещается запрашивать официальный тайм-аут в остановку матча, в которой проводится коммерческая пауза.

ПОЛОЖЕНИЕ О ВЕДЕНИИ СТАТИСТИКИ ТУРНИРА

1. Организацию ведения статистики Турнира осуществляет сектор статистики ФХБ.

6. Клуб должен представить в сектор статистики ФХБ полные списки судей статистической бригады с указанием контактных данных куратора и членов статистической бригады в срок до 20 июля текущего спортивного сезона.

7. К работе в качестве судей статистической бригады допускаются лица, прошедшие специальную методическую подготовку в ФХБ и согласованные с сектором статистики ФХБ.

10.4. Обо всех зафиксированных ошибках, нарушениях или недостатках незамедлительно уведомить куратора судей статистической бригады, который, в свою очередь, обязан информировать сектор статистики ФХБ и принимать меры по их исправлению.