

УТВЕРЖДЕНО
Решением Правления
Общероссийской общественной
организации
«Спортивная федерация (союз) регби
России»
(Протокол №20-пп от 05.07.2022)
Генеральный директор – Председатель
правления

П.А.Фёдоров



УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
Автономной некоммерческой организации
по развитию и популяризации регби
«Центр проведения соревнований»

С.С.Марков
«05» июля 2022г.

МЕДИА РЕГЛАМЕНТ ЧЕМПИОНАТА И КУБКА РОССИИ ПО РЕГБИ 2022-2023

Москва, 2022

ГЛАВА 1. ПОЛНЫЕ И СОКРАЩЕННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В Регламенте используются следующие названия и определения:

ФРР	Общероссийская общественная организация «Спортивная федерация (союз) регби России»
Чемпионат	Чемпионат и Кубок России по регби 2022-2023
Матч	Регбийный матч, проводимый в рамках Чемпионата
Клуб	Регбийный клуб-участник Чемпионата
Регбист (Игрок)	Игрок в регби, зарегистрированный для участия в Чемпионате в установленном порядке
ЦПС	Автономная некоммерческая организация по развитию и популяризации регби «Центр проведения соревнований»
Спортсооружение (Стадион)	Сертифицированное ФРР спортивное сооружение, на котором проводится Матч
Телевещатель	Компания, обладающая по договору с ФРР (ЦПС) правом производства трансляций и обладающая лицензией на трансляции
Планы, утвержденные для каждого Спортсооружения	План размещения основного и вспомогательного оборудования Телевещателя
ПТС	Передвижные телевизионные станции
ПСТП	Полустационарный трансляционно-транспортный пункт
СМИ	Периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием), имеющее надлежащим образом оформленное свидетельство о регистрации средства массовой информации

ГЛАВА 2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Основные направления деятельности ФРР в области маркетинга и коммуникаций

1. ФРР осуществляет коммуникационную и маркетинговую деятельность по распоряжению имущественными правами на Чемпионате (реализация коммерческих и вещательных прав, прав на статистические базы данных и других прав), издательскую и вещательную деятельность, деятельность по продвижению товарных знаков ФРР. ФРР вправе полностью или частично делегировать свои права третьим лицам.

2. Основные направления деятельности ФРР:
 - 2.1 Распоряжаться вещательными правами, а именно: исключительными правами на освещение Чемпионата посредством трансляции изображения и (или) звука любыми способами, и (или) с помощью любых технологий, а также посредством осуществления записи трансляций и (или) фотосъемки Чемпионата, а также иными правами на освещение Чемпионата, так или иначе связанными со статусом организатора Чемпионата.
 - 2.2 Распоряжение неисключительными правами на использование, в том числе коммерческое, но исключительно в связи с Матчами и Чемпионатом в целом. Под понятием «исключительно в связи с Матчами и Чемпионатом в целом» понимается использование таких объектов совместно с символикой Чемпионата и (или) наименованием Чемпионата, и (или) объектами Клубов, создающими у неопределенного круга лиц ассоциацию таких объектов с Матчами или Чемпионатом в целом.
 - 2.3 Осуществление и взаимодействие со средствами массовой информации.
 - 2.4 Распоряжение правами на статистические базы данных в отношении Матчей, созданные на основе игровой статистики и параметров игры регбистов посредством сбора таких статистических данных, любыми способами и (или) с помощью любых технологий.
 - 2.5 Осуществление контроля и регламентация коммуникационной деятельности Клубов.

ГЛАВА 3. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФРР И КЛУБОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Статья 2. Права ФРР

1. ФРР как обладатель имущественных прав на Чемпионат осуществляет реализацию коммуникационной деятельности, включая, но не ограничиваясь, следующими действиями:
 - 1.1 Накладывает на Клубы штрафы за неисполнение или ненадлежащее исполнение требований настоящего Регламента.
 - 1.2 Утверждает и (или) разрабатывает порядок и содержание церемоний и иных элементов организации, проводимых во время Матчей, в том числе церемоний открытия и закрытия Матчей, а также проводит специальные мероприятия ФРР, разрабатывает и выпускает продукцию к отдельным акциям и мероприятиям.
 - 1.3 Осуществляет контроль за использованием видео- и фотоизображений Матчей и иных мероприятий ФРР, включая производство, передачу и использование телевизионных и радиотрансляций, трансляций в Интернете, трансляций по каналам мобильной связи и фотосъемок Матчей и иных мероприятий ФРР на территории любых стран мира.
 - 1.4 Предоставляет разрешения на использование при проведении Матчей, Чемпионата в целом, товарных знаков и иных обозначений и средств индивидуализации Клубов, изображений Регбистов, тренеров, врачей, руководителей и иных должностных лиц и специалистов Клубов, статистических баз данных Матчей и спонсоратчей в рамках иных мероприятий ФРР для создания игровых технологий, в том числе для создания компьютерных игр, мобильных приложений и т.п.

- 1.5 Осуществляет деятельность в области популяризации Чемпионата, ФРР, Клубов и регби в целом путем осуществления рекламной, выставочной, просветительской деятельности, сотрудничества со СМИ, а также издательской и вещательной деятельности, информационного наполнения официального интернет-сайта ФРР и др.
- 1.6 Осуществляет внешнюю и внутреннюю коммуникацию, освещая Чемпионат, деятельность ФРР, ЦПС и Клубов в средствах массовой информации.
- 1.7 Осуществляет международную деятельность, направленную на развитие и поддержание контактов с зарубежными организациями, проводящими регбийные соревнования с участием Клубов, а также оказывает помощь Клубам в переговорах с зарубежными организациями.

Статья 3. Права клубов

1. Клубы могут использовать часть прав на Чемпионат, в том числе в коммерческих целях, в порядке и на условиях, предусмотренных Регламентом, Договором об участии в Чемпионате и Соглашением о распределении рекламного пространства. Использование товарных знаков ФРР, и (или) символики Чемпионата без согласия ФРР в случаях, не связанных с проведением «домашних» Матчей, или без подписанного между ФРР и Клубом Пользовательского соглашения недопустимо и будет квалифицировано в соответствии с гражданским, административным и уголовным законодательством Российской Федерации.
2. Клубы могут использовать логотипы и наименования других Клубов — участников Чемпионата — в информационных целях в рамках проведения и анонсирования Матчей.

Статья 4. Обязанности Клуба

В период проведения Чемпионата Клуб обязан:

1. В Период проведения матча Клуб-«хозяин» обязан обеспечивать реализацию мероприятий, обозначенных в **Приложении 2** к настоящему регламенту;
2. Обеспечивать на основании предварительной заявки ФРР на безвозмездной основе возможность вручения призов лучшим игрокам Матча, Месяца или Чемпионата непосредственно перед началом Матча или после его завершения;
3. Обеспечивать участие выбранных ФРР Регбистов, тренеров, Талисмана (при наличии) и руководителей Клуба, согласованных с Клубом, в фото- и видеосъемках и иных мероприятиях, организуемых ФРР, в том числе для проставления подписей на сувенирной и иной продукции ФРР, при условии уведомления Клуба не позднее чем за 10 (десять) рабочих дней до мероприятий, организуемых ФРР;
4. При поступлении соответствующего запроса от ФРР или ЦПС не позднее 3 (трех) рабочих дней со дня каждого размещения рекламы и информации спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и Клуба предоставлять ФРР подробный фотоотчет о размещении, составленный в полном соответствии с полученными от ФРР дополнительными требованиями и инструкциями;
5. В период с 20 мая по 10 июля каждого года направлять ФРР на согласование эскизы игровой формы на сезон;
6. В случае ребрендинга либо иного изменения основного логотипа Клуба, Клуб обязан уведомить ФРР об изменениях не позднее двух недель до начала Чемпионата, а в срок до 15 июля прислать в ФРР новый логотип (в электронном виде в векторном

формате и формате png) и бренд-бук. При этом в течение сезона Клуб обязуется не использовать логотипы, измененные после 16 июля.

7. В случае утверждения ФРР новой символики Клуб обязан использовать обновленную символику во всех рекламно-информационных материалах.
8. Размещать стартовый состав на своём сайте и/или социальных сетях не менее, чем за 24 часа до начала игры
9. Размещать материалы, предоставленные ФРР на своих ресурсах в течение 3 (трех) дней после предоставления информации или в иной срок, обозначенный ФРР.
10. Размещать информацию, полученную «под эмбарго» (информация, при рассылке которой указывается не для публикации, или публикация запрещена), исключительно после времени, обозначенного ФРР.

Статья 5. Требования к фотографиям

Перечисленные ниже материалы предоставляются Клубами для использования ФРР и спонсорами (партнерами, рекламодателями) Чемпионата в рекламных и маркетинговых целях.

1. Клубы вместе с комплектом документов (подготавливаемых в соответствии со статьёй 12 Спортивного регламента Чемпионата) присылают в ФРР не позднее чем за 5 (пять) рабочих дней до начала Чемпионата цветные фотографии (на электронном носителе или ссылке на облачное хранилище):
 - 1) руководителей клуба, тренеров и обслуживающего персонала команды (по одной фотографии, с указанием фамилии, инициалов и должности);
 - 2) всех Регбистов команды, индивидуально в «домашней» форме Клуба нового сезона, утвержденной ФРР (с логотипом ФРР и нанесенными логотипами спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и Клуба), статичное фото анфас — без шлема, минимум до пояса, и в полный рост, положение тела прямо (без вполоборота), на однородном фоне (контрастном относительно цвета регбийки), без резких теней. Минимальное количество фотографий — 2 (по пояс и в полный рост)
 - 3) фотографии всех Спортсооружений, на которых запланировано проведение «домашних» Матчей (не менее трех разных фотографий каждого из них), включая фотографии:
 - а) внешнего вида Спортсооружения — в светлое и темное время суток;
 - б) вида Спортсооружения изнутри — два общих плана стадиона (из-за ворот и с любой другой точки), трибуны со Зрителями, территория стадиона;
 - 4) фотографии должны предоставляться не обрезанными по краям. Фотографии представляются в формате (jpg) с разрешением не менее 3000 px по длинной стороне.
2. При дозаявках Регбистов в течение сезона Клубы предоставляют фотографии Регбистов в соответствии с требованиями пункта 1 настоящей статьи в течение 5 (пяти) дней после дозаявки (при дозаявке непосредственно перед выездными играми — в течение 5 (пяти) дней после возвращения из такой поездки).
3. В случае кадровых изменений в руководстве и тренерском штабе в течение сезона Клубы предоставляют фотографии в соответствии с требованиями пункта 1 настоящей статьи в течение 5 (пяти) рабочих дней после таких изменений.

ГЛАВА 4. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФРР И КЛУБОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ВЕЩАТЕЛЬНЫХ ПРАВ

Статья 6. Обязанности Клубов

1. При проведении любого «домашнего» Матча Клубы обязаны:
 - 1.1 Обеспечивать эксклюзивные права ФРР на организацию любого рода видеосъемок и звукозаписи, включая проведение телевизионных и радиотрансляций Матча. Не допускать случаев несанкционированной ФРР видеосъемки и звукозаписи на Спортсооружении в день проведения Матча или иных случаев нарушения эксклюзивности прав ФРР.
 - 1.2 Обеспечить места для расставления видеокамер (включая камерные платформы) в количестве и расположении, предварительно обозначенных ФРР, ЦПС и/или третьими лицами, являющимися партнерами ФРР или ЦПС. При этом с места съемки должен быть обеспечен 100% обзор всех частей поля.
 - 1.3 Не предоставлять производителям теле- или радиосигнала, не являющимся официальными Телевещателями Чемпионата, фактический допуск в зоны доступа Телевещателя на Спортсооружении для осуществления их профессиональной деятельности при проведении «домашних» Матчей без письменного согласия ФРР.
Обеспечивать бесплатное для Телевещателя размещение и необходимые подключения (электропитание, звуковые и телевизионные коммуникации) телевизионной техники, обеспечивающей телевизионную съемку «домашних» Матчей Клуба, а также благоприятные условия для работы персонала Телевещателя или уполномоченных им лиц, обеспечивающих телевизионную съемку Матчей. Обеспечивать свободный доступ сотрудников Телевещателя к их рабочим местам, комментаторским позициям (кабинам), техническим помещениям, необходимым для производства прямого качественного телевизионного сигнала, а также доступ к другим помещениям Спортсооружения, необходимым для их работы.
 - 1.4 Не допускать срывов и задержек трансляций Матчей, а равно ухудшения качества изображения и (или) звука в течение трансляции
 - 1.5 Не позднее чем за 3 (три) часа до начала каждого Матча подготовить раздевалку своей команды к презентационным съемкам (разложить форму по местам, развесить игровые регбийки), а также до приезда команд предоставить доступ официальному Телевещателю ФРР для такой съемки. Игровые регбийки должны висеть на вешалках либо лежать на скамейках аккуратно сложенными конвертом, к зрителю должны быть обращены номерами игроков. Представители Телевещателя имеют право попросить администраторов Клуба перевернуть либо изменить расположение игровых регбеек игроков. В случае если одна команда использует больше одной раздевалки, то форма раскладывается и развешивается в каждой из раздевалок.
2. В случае переноса Матча по инициативе Клуба, где не установлено оборудование подрядчика ФРР по организации услуг связи, все расходы по доставке ТВ-сигнала возлагаются на Клуб, инициировавший перенос.
3. При производстве трансляции не допускать использования в эфире ненормативной лексики Регбистами, тренерами или иными сотрудниками Клуба.

4. За исключением случаев, указанных в настоящем Регламенте ФРР, Клуб обязан не осуществлять съемку, производство и любого рода использование аудио- и видеоизображений Матчей и иных мероприятий ФРР или ЦПС, в том числе полученных от третьих лиц, а также обязан не передавать указанные аудио- и видеоизображения третьим лицам без письменного согласия ФРР.

Статья 7. Обеспечение условий размещения оборудования в Спортсооружении

1. В соответствии с Планами безопасности, утвержденными для каждого Спортсооружения, Клуб должен обеспечивать:
 - 1.1 Парковку автотранспорта Телевещателя, ПТС, резервных дизель-генераторов, станций спутниковой связи и т.п.
 - 1.2 Размещение телевизионной техники вне Стадиона и непосредственно на Стадионе, сооружение мест для установки камер (стационарные станки и платформы).
 - 1.3 Обеспечение беспрепятственной прокладки слаботочных и силовых кабелей.

Статья 8. Парковка ПТС и телевизионной техники

1. Для проведения телетрансляций Клубы должны предоставлять необходимое парковочное пространство, позволяющее обеспечивать нормальную работу ПТС и передающего радиорелейного или спутникового оборудования, в исключительное пользование Телевещателю. Парковка ПТС должна располагаться максимально близко к ПСТТП Спортсооружения, на той же его стороне, где и основная камера, должна быть свободна от автомобилей, в зимнее время очищена от снега, проезд к ней не перегорожен. Парковка должна быть открыта для использования не менее чем за 24 часа до начала каждого Матча. Списки с номерами автомобилей ПТС, телевизионных автомобилей со вспомогательным оборудованием, должны находиться на всех постах охраны, которые прилегают к Спортсооружению и обеспечивают проезд техники и Зрителей.
2. С момента прибытия на парковку первой машины и до момента отъезда последней на парковке должна круглосуточно обеспечиваться безопасность. Территория парковки должна быть полностью обнесена ограждениями. За обеспечение безопасности парковки ответственность несет Клуб-«хозяин».

Статья 9. Приезд команд

1. Клуб обязан обеспечивать Телевещателю исключительную возможность проведения телесъемки приезда команд на Спортсооружение, в зоне раздевалок и в момент выхода команд из раздевалок на поле.

Статья 10. Расширенные трансляции

1. Телевещатель может запросить у ФРР разрешение на организацию и проведение расширенной телетрансляции Матча Чемпионата (в Регулярном Чемпионате — не позднее чем за неделю до Матча, в плей-офф — не позднее чем за 3 дня до Матча, где предполагается такая расширенная трансляция). ФРР, в свою очередь, должен уведомить оба Клуба о проведении расширенной трансляции во время Регулярного Чемпионата — не позднее чем за 3 (три) дня до Матча, во время плей-офф — не позднее чем за 24 часа до Матча. После получения согласования от ФРР Телевещатель вправе в день Матча осуществлять дополнительные съемки, в том числе (но не ограничиваясь):

- 1.1 Тренерских предматчевых установок обоих Клубов. Клубы должны обеспечить доступ к командам для проведения такой съемки. Максимальное время нахождения съемочной группы (максимум три человека — оператор, креативный продюсер, продюсер) в раздевалке во время тренерской установки не должно превышать 3 минут.
- 1.2 Интервью с главными тренерами обеих команд продолжительностью не более 2 минут. Время проведения интервью согласовывается с Клубом, интервью должно заканчиваться не позднее, чем за 20 минут до начального удара.
- 1.3 30-секундные экспресс-интервью с участием ассистентов главного тренера — сразу после окончания первого тайма.
- 1.4 В раздевалке победившей команды сразу по окончании Матча. Максимальное время нахождения съемочной группы (максимум три человека — оператор, звукооператор, корреспондент) — 5 минут. Главный тренер в прямом эфире благодарит команду за победу.

ГЛАВА 5. СОТРУДНИЧЕСТВО ФРР И КЛУБОВ СО СМИ

Статья 11. Направления и порядок сотрудничества ФРР и Клубов со СМИ

1. Взаимодействие ФРР и Клубов со СМИ осуществляется пресс-службами ФРР и Клубов по следующим направлениям:
 - 1.1 Предоставление информации СМИ через официальные интернет-сайты ФРР и Клубов, а также путем рассылки официальных пресс-релизов и других информационных материалов ФРР и Клубов в редакции СМИ.
 - 1.2 Предоставление информации СМИ на пресс-конференциях, проводимых ФРР и Клубами за пределами Спортсооружений, на которых осуществляется проведение Матчей.
 - 1.3 Индивидуальные встречи представителей ФРР и Клубов с представителями СМИ за пределами Спортсооружений, на которых осуществляется проведение Матчей.
 - 1.4 Предоставление представителям СМИ возможностей по осуществлению профессиональной деятельности на Спортсооружениях, на которых осуществляется проведение Матчей.
2. Порядок организации взаимодействия ФРР и Клубов способами, указанными в настоящей статье Регламента, регулируется соответствующими решениями ФРР и Клубов.

Статья 12. Обязанности Клубов

1. Клуб обязан соблюдать настоящий Регламент.
2. Обязанности Клуба по сотрудничеству со СМИ:
 - 2.1 Иметь в штатной структуре подразделение/сотрудника, ответственное(ого) за связи с общественностью и СМИ, проведение пресс-конференций, подготовку информационных материалов, мониторинг СМИ, выполнение предусмотренных настоящим Регламентом обязанностей Клуба по аккредитации и взаимодействию со СМИ.
 - 2.2 Иметь в команде во время выездных Матчей Клуба лицо, ответственное за работу со СМИ (пресс-атташе Клуба либо иного сотрудника, ответственного за связи с

общественностью и СМИ), обеспечивающее взаимодействие Регбистов и тренеров со СМИ.

- 2.3 Обеспечивать при проведении любого Матча основной команды Клуба участие главного тренера команды Клуба в послематчевой пресс-конференции или пресс-подходе.
Во время пресс-конференции или пресс-подхода главный тренер каждой команды обязан дать развернутый комментарий к прошедшему Матчу (о ходе Матча, действиях Регбистов, выполнении тренерских установок и т. д.), а затем, соблюдая нормы корпоративной этики и воздерживаясь от проявления эмоций (включая употребление ненормативной и иной бранной лексики), ответить на вопросы аккредитованных представителей СМИ.
- 2.4 Обеспечивать не позднее чем через 7 (семь) минут по окончании каждого гостевого Матча общение не менее чем с двумя Регбистами Клуба, выбранными представителями СМИ, в зоне, специально выделенной для этих целей. Интервьюируемые Регбисты должны быть без шлемов. Представитель Клуба-«гостя» также имеет право допустить ограниченное количество представителей СМИ в раздевалку своей команды после окончания Матча.
- 2.5 Обеспечивать во время плей-офф не позднее чем через 7 (семь) минут по окончании каждого «домашнего» Матча общение с не менее чем тремя Регбистами Клуба-«хозяина», выбранными представителями СМИ, в смешанной зоне, интервьюируемые Регбисты должны быть без шлемов. Представитель пресс-службы Клуба-«хозяина» должен присутствовать в смешанной зоне.
- 2.6 Обеспечить фотосъемку игровых моментов и атмосферы на трибунах каждого «домашнего» Матча с привлечением (в штате или по договору) квалифицированного фотографа с использованием профессионального фотооборудования. Фотоотчет о Матче должен содержать фотографии Регбистов и тренеров обеих команд в минимальном соотношении фотографий 60% / 40% (фото «хозяев» / «гостей»), количество предоставляемых фотографий должно быть не менее 50 (пятидесяти) за Матч. Среди предоставляемых фотографий должны быть не менее 3 (трех) фотографий Регбистов, которые набрали очки в Матче; фотографии эмоций команды-победителя; фотографии общего плана. При этом в договоре с фотографом указывается, что паритетными владельцами эксклюзивных прав на фотографии в равной степени являются ФРР и Клуб-«хозяин», с сохранением авторских прав фотографа.
- 2.7 Обеспечить загрузку фотографий игровых моментов первого тайма игры с количеством фото «гостей» не менее трех и общего количества фотографий не менее 10 (десяти) не позже, чем на 50 минуте матча.
- 2.8 Фотографии загружаются на сервер, предоставленный ФРР, в оригинальном качестве или в разрешении не менее 2500 px по длинной стороне и размером не менее 3 Мб. Фотографии не должны быть чрезмерно кадрированы, а также пере- или недоэкспонированы. Фотографии должны быть white label (без водяных знаков).
- 2.9 Клуб, главный тренер или игроки которого не владеют русским языком, на послематчевых пресс-подходах обязан предоставить для них переводчика. Клуб должен обеспечить дословный полный и достоверный перевод всех комментариев.

- 2.10 Не допускать отказа Регбистов Клуба от интервью с представителями СМИ после окончания Матча в смешанной зоне, а также не допускать односложных комментариев Регбистов во время таких интервью.
- 2.11 Не позднее чем за 3 (три) часа до начала каждого Матча подготовить раздевалку своей команды к презентационным съемкам (разложить форму по местам, развесить регбийки) и до приезда команд предоставить доступ для такой съемки аккредитованным фотографам. Регбийки должны висеть на вешалках либо лежать на скамейках аккуратно сложенными конвертом, к зрителю должны быть обращены номерами. Аккредитованные фотографы имеют право попросить сервисменов или администраторов Клуба перевернуть либо изменить расположение регбеек Игроков. В случае если одна команда использует больше одной раздевалки, то форма раскладывается и развешивается в каждой из раздевалок.
- 2.12 Не допускать публичного распространения, в том числе в СМИ и в Интернете (включая официальные аккаунты Клубов в социальных сетях), информации (фильмов, изображений, обращений и пр.), носящей оскорбительный, провокационный характер, а также использования ненормативной лексики в отношении Клуба-«противника», ФРР, сотрудников и представителей ФРР, а также негативных оценок спонсоров (партнеров, рекламодателей) Чемпионата и (или) Клубов.
- 2.13 Обеспечить проведение в течение сезона 2 (двух) встреч аккредитованных представителей СМИ с Регбистами основной команды (Медиа-дни). Дата проведения Медиа-дня публикуется Клубом на своём сайте за 5 (пять) дней. Медиа-день проводится при подаче заявок минимум от 3 (трех) СМИ. В случае если заявок от СМИ недостаточно, медиа-день считается проведенным.

Медиа-день проводится в формате «вопросы и ответы» в зале для пресс-конференций.

Клуб обязан проводить видеотрансляцию Медиа-дня таким образом, чтобы представители СМИ, не присутствующие на Медиа-дне, имели возможность задать вопросы в режиме видеоконференции.

В Медиа-дне должны участвовать не менее 3 (трех) Регбистов из основной команды, включая капитана команды, а также главного тренера основной команды. Каждый Регбист и главный тренер встречаются со СМИ по очереди, время общения каждого – 20 (двадцать) минут.

3. Для популяризации Клуба Чемпионата и Регбистов Клубам рекомендовано обеспечивать наличие открытой страницы Регбиста в социальных сетях, входящих в топ-3 по аудитории на дату начала Чемпионата, не менее чем у 30 % Регбистов находящихся в заявочном листе основной команды Клуба, а также передавать ФРР адреса таких страниц. Клуб обязан оказывать консультационную и техническую помощь Регбистам Клуба при ведении ими страниц в социальных сетях и их регулярном обновлении не реже 1 (одного) раза в месяц.

Статья 13. Общие положения об аккредитации представителей СМИ на мероприятиях, проводимых ФРР

1. Аккредитация представителей СМИ на Матчи и на официальные мероприятия ФРР (далее по тексту — аккредитация) проводится Клубом, ЦПС и ФРР в целях создания необходимых условий для профессиональной деятельности представителей СМИ и повышения качества освещения Чемпионата и иных мероприятий ФРР в СМИ.
2. Аккредитация осуществляется согласно настоящему Регламенту с учетом требований законодательства Российской Федерации.
3. Аккредитация является основанием для прохода и размещения аккредитованного представителя СМИ на Спортсооружении, на которое распространяется действие аккредитации, а также для работы представителя СМИ в зонах Спортсооружения, указанных в аккредитационной карте. Во время проведения Матчей доступ в зоны для СМИ предоставляется исключительно по аккредитации.

Статья 14. Права и обязанности Клубов при аккредитации СМИ

1. Клуб предоставляет возможности по осуществлению профессиональной деятельности по освещению Матчей на Спортсооружениях, на которых проводятся Матчи, исключительно, аккредитованным представителям СМИ.
2. Пресс-службы Клубов, чьи команды принимают участие в Чемпионате, обязаны организовывать и поддерживать в период проведения соревнования пропускной режим, порядок передвижения представителей СМИ в Спортсооружениях, где проводятся «домашние» Матчи Клуба, порядок осуществления контактов представителей СМИ с участниками Матча, специалистами в области регби, тренерами, руководителями Клубов и ФРР, ведение видео- и фотосъемок в смешанной зоне, зоне для флеш-интервью и зале для пресс-конференций.
3. Клуб обязан предоставлять отчет по аккредитованным СМИ на почту media@rugby.ru не позднее 5-го числа каждого месяца за предыдущий игровой месяц путём отправки Word-файла в свободном стиле.
4. Рассылать в местные СМИ приглашение посетить матч, а также информацию о предстоящем матче (составы команд, краткая справка об игре) по шаблону, предоставленному ФРР перед началом нового сезона по количеству аккредитованных СМИ плюс, но не менее 5 (пяти) комплектов на каждый матч,

Статья 15. Права и обязанности аккредитованных представителей СМИ

1. К аккредитации на официальных мероприятиях ФРР допускаются СМИ:
 - 1.1 Соблюдающие Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»;
 - 1.2 Подавшие заявку на аккредитацию и предоставившие информацию о себе и каждом из своих представителей (имеющих квалификацию работника СМИ, подтвержденную действующим удостоверением соответствующего СМИ) в установленные сроки и в полном объеме.
2. Аккредитация является основанием для прохода аккредитованного представителя СМИ в Спортсооружение, на которое распространяется действие аккредитации, а также для работы представителя СМИ в зонах Спортсооружения, указанных в аккредитационной карте.
3. Аккредитованный представитель СМИ в соответствии с ограничениями своей аккредитации имеет право:
 - 3.1 Посещать Матчи и другие официальные мероприятия ФРР, связанные с проведением Чемпионата.

- 3.2 Пользоваться для выполнения своих профессиональных обязанностей местами на трибунах Спортсооружений для СМИ, пресс-центром, смешанной зоной и зоной для флеш-интервью.
- 3.3 Запрашивать у Клубов и ФРР информацию, необходимую для выполнения своих профессиональных обязанностей в рамках законодательства о средствах массовой информации.
- 3.4 Общаться в смешанной зоне и зоне для флеш-интервью с Регбистами и тренерами команд, принимавшими участие в игре, после окончания каждого Матча, в соответствии с ограничениями, установленными конкретными аккредитациями, располагаясь в зоне, обозначенной для данного типа СМИ.
- 3.5 Участвовать в послематчевой пресс-конференции главных тренеров команд.
- 3.6 Проносить на Спортсооружения Чемпионата звукозаписывающую, видеозаписывающую и фототехнику в соответствии с ограничениями, установленными конкретными аккредитациями. В случае проноса на Спортсооружения Чемпионата техники с нарушениями ограничений, установленных конкретными аккредитациями, подобная попытка пресекается соответствующими службами Спортсооружений, а соответствующая техника подлежит сдаче в камеру хранения с обязательным возвратом.
- 3.7 Осуществлять видеосъемку и голосовую запись Регбистов, тренеров и иных должностных лиц Клубов внутри Спортсооружений исключительно в соответствии с ограничениями, установленными конкретными аккредитациями, непосредственно на регбийном поле, в смешанной зоне, зоне для флеш-интервью и на пресс- конференциях, во время подготовки и проведения регбийного Матча. Видеосъемка или голосовая запись Регбистов, Тренеров и иных должностных лиц Клубов, произведенная вне указанных зон Спортсооружения, или с нарушениями ограничений, установленных конкретными аккредитациями, является основанием для приостановления действия аккредитации соответствующего представителя СМИ.
4. Пресс-центр, пресс-трибуна, смешанная зона, зона для флеш-интервью, зал для пресс-конференций, раздевалка команды — места для работы аккредитованных представителей СМИ, сотрудников Клубов и ФРР, имеющих отношение к взаимодействию с прессой. В этих местах должны соблюдаться этические нормы и следующие правила поведения:
5. Аккредитованные СМИ и их представители обязаны:
 - 5.1 При осуществлении профессиональной деятельности уважать права, законные интересы, честь и достоинство сотрудников ФРР, Клубов, спонсоров (партнеров, рекламодателей, лицензиатов), а также лиц, принимающих участие в Чемпионате или обеспечивающих его проведение.
 - 5.2 Проверять достоверность сообщаемой им информации.
 - 5.3 Удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые.
 - 5.4 Извещать граждан и должностных лиц о проведении аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки с их участием.
 - 5.5 Предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия представителя СМИ.

- 5.6 Не распространять в СМИ, блогах и социальных сетях сведения, не соответствующие действительности и порочащие или подрывающие честь, достоинство и деловую репутацию ФРР, сотрудников ФРР или Клубов, а также сведения, содержащие явное неуважение к ФРР, сотрудникам ФРР или Клубам.
- 5.7 Не использовать свои профессиональные возможности в целях сокрытия информации или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся СМИ.
- 5.8 Использовать видеофрагменты Матчей и иных официальных мероприятий в теле- видеопрограммах и (или) выкладываемых в Интернете СМИ, не являющихся официальными Телевещателями ФРР, исключительно на основании письменного разрешения ФРР.
- 5.9 СМИ и их представители несут также иные обязанности, установленные законодательством Российской Федерации о СМИ;
- 5.10 Использовать полученные фото- и видеоизображения в информационных целях без права коммерческого использования и передачи третьим лицам.

Статья 16. Пресс-подход

1. Ответственность за организацию и проведение послематчевого пресс-подхода лежит на Клубе-«хозяине».
 - 1.1 Пресс-подход должен проводиться на русском языке. В случае, если главный тренер не владеет русским языком, его Клуб обязан обеспечить участие переводчика, который будет переводить комментарии главного тренера. В случае участия в пресс-подходе Регбистов Клуб обязан руководствоваться требованиями настоящего подпункта.
 - 1.2 Формат общения главных тренеров и (или) Регбистов с представителями СМИ может быть изменен по указанию ФРР. ФРР уведомляет Клубы о таком изменении не позднее чем за 3 (три) дня до такого Матча.
2. Аудиозапись пресс-подхода сегментированная на его участников в течение 30-ти минут после его завершения должна быть загружена в рабочий чат сотрудников пресс-служб и партнёрских медиа ФРР, определённый пресс-службой ФРР.
3. Полная текстовая расшифровка пресс-подхода должна быть размещена на официальном сайте Клуба не позднее чем через 4 часа после ее окончания и доступна для просмотра и прочтения в течение текущего сезона. Пресс-служба Клуба-«хозяина» обязана вести полную аудио- и, рекомендовано, видеозапись пресс-подхода (в том числе и с помощью Вещателя матча) и хранить ее в собственном архиве до окончания сезона и предоставлять в распоряжение пресс-службы ФРР по официальному запросу.

Статья 17. Интервью

1. Общение с представителями средств массовой информации должно осуществляться через пресс-службу Клуба в соответствии с настоящим Регламентом.
2. Общение с представителями СМИ по согласованию с пресс-службой Клуба может осуществляться следующими способами:
 - 1) В зоне для флеш-интервью в перерывах и непосредственно по окончании Матча;
 - 2) в смешанной зоне или раздевалке команды после окончания Матча;

- 3) в другое время в виде очного интервью;
 - 4) личные ответы или ответы по телефону на вопросы, заранее присланные представителем СМИ;
 - 5) письменные ответы на вопросы, заранее присланные представителем СМИ.
3. После окончания Матча Регбисты команды Клуба (не менее 2 (двух) Регбистов), выбранные представителями СМИ для интервью, должны появиться в смешанной зоне. Во время общения со СМИ Регбисты обязаны давать развернутые комментарии на вопросы СМИ.
 4. Запросы на очное или заочное интервью или общение с Регбистами, тренерами и руководством Клубов осуществляются через пресс-службу Клуба. Запрос должен включать в себя имя представителя Клуба, имя корреспондента, тему интервью, желаемое время и место встречи, требуемое на интервью время, а также планируемую дату публикации. Количество запросов от одного СМИ в адрес одного Клуба— не более одного в сутки. Клуб обязан в течение 24-х часов после получения запроса обработать и согласовать его, или отправить обоснованный отказ. Пресс-служба клуба обязана содействовать скорейшей реализации полученного запроса, не допуская срывов редакционных планов СМИ.
 5. По запросу ФРР в течение 2 (двух) дней после получения запроса пресс-служба Клуба должна организовывать интервью с Регбистами, тренерами и (или) руководителями Клубов для официального интернет-сайта ФРР.

ГЛАВА 6. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ФРР И КЛУБОВ

Статья 18. Взаимодействие интернет-ресурсов ФРР и Клубов

1. Клуб обязан иметь официальный интернет-ресурс (сайт), соответствующий следующим требованиям:
 - 1.1 Информация на сайте должна быть представлена на русском языке.
 - 1.2 На всех страницах сайта должно содержаться минимум 3 баннерных места, предоставляемых ФРР для размещения рекламных материалов информационных партнеров ФРР, Чемпионата или проектов ФРР.
 - 1.3 Сайт должен содержать следующие разделы (включая, но не ограничиваясь):
 - 1.3.1 Матчи (календарь с датой, временем и местом проведения, и результаты матчей);
 - 1.3.2 Таблица;
 - 1.3.3 Новости и статьи;
 - 1.3.4 Команда (список Игроков, страницы Игроков, страницы Тренеров);
 - 1.3.5 Клуб;
 - 1.3.6 Стадион;
 - 1.3.7 Фото и Видеогалерея;
 - 1.3.8 Билеты (общая информация, абонементная программа, билетная программа);
 - 1.3.9 Контакты;
 - 1.3.10 Разделы должны содержать актуальную информацию и своевременно обновляться.
 - 1.4 Сайт должен быть адаптивным под мобильные устройства.
2. Клуб обязан публиковать состав команды на календарный матч Чемпионата или Кубка России не позднее чем за 24 часа до начала игры и оперативно корректировать информацию в случае внесения изменений в состав. Ссылка на опубликованный

состав в течение 5-ти минут после публикации должна быть отправлена рабочий чат пресс-секретарей и аккредитованных СМИ ФРР.

3. Клуб обязан обеспечивать своевременную публикацию информации (новостей, статей, фото, видеороликов, ссылок и др.) по официальному запросу пресс-службы ФРР на официальном сайте клуба.
4. ФРР предоставляет пользователям Интернета различные интернет-сервисы, в том числе:
 - 4.1 Прямые видеотрансляции Матчей и иных матчей, проводимых ФРР.
 - 4.2 Видеофрагменты и хайлайты Матчей.

Статья 19. Работа ФРР и Клубов в социальных медиа

1. Клубы обязаны иметь официальные аккаунты / группы / страницы в крупнейших социальных сетях и мессенджерах, разрешенных к использованию на территории Российской Федерации. ФРР и Клубы обязаны регулярно обновлять и администрировать свои официальные аккаунты в социальных медиа в соответствии с действующим законодательством, в том числе с помощью модерации дискуссий пользователей и удаления неправомерного контента.
2. Клубы должны использовать социальные сети для создания у болельщика позитивных эмоций от взаимодействия с Клубом, ФРР и игрой в регби.
3. Клуб обязан обеспечивать своевременную публикацию информации (новостей, статей, фото, видеороликов, ссылок и др.) по официальному запросу пресс-службы ФРР в официальных сетях и мессенджерах клуба.
4. Клубам запрещается использовать в социальных сетях выражения, изображения и видео, которые оскорбляют, подрывают или ставят под сомнение честь, профессиональные и личные качества судей, ФРР, ЦПС, других Клубов и их Регбистов (представителей, болельщиков).
5. Клуб обязан использовать в оформлении контента для социальных сетей графические шаблоны. Минимальный пакет включает: состав, турнирная таблица, анонс матча, результат матча. Шаблоны графических пакетов должны быть согласованы с ФРР не позднее чем за 5 дней до старта нового сезона.

ГЛАВА 7. МЕДИА-ЧЕМПИОНАТ

1. Все клубы-участники чемпионата России по регби обязаны принимать участие в Медиа-чемпионате среди регбийных клубов.
2. Организация и проведение Медиа-чемпионата проводится в соответствии с Положением о проведении медиа-чемпионата (**Приложение 3** к настоящему Регламенту).

ГЛАВА 8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 20. Ответственность за неисполнение требований Регламента

В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения требований настоящего Регламента на Клуб могут быть наложены штрафные санкции, указанные в **Приложении 1** к настоящему Регламенту.

Статья 21. Вступление Регламента в силу

Настоящий Регламент вступает в силу после утверждения Высшим советом ФРР с 01.09.2022 и действует до момента утверждения новой редакции Регламента.

Приложение 1
к Медиа регламенту Чемпионата и Кубка
России по регби 2022-2023

Штрафы в соответствии с неисполнением Клубами требований Регламента

Пункт регламента	Штраф
Отсутствие опубликованного состава клуба в соответствии с пунктом 8 статьи 4	10 000 (десять тысяч) рублей за один матч с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Отсутствие фотографий с матча в соответствии с пунктом 2.6 статьи 12	10 000 (десять тысяч рублей) за один матч с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Неразмещение информации, предоставленной ФРР в соответствии с пунктом 9 статьи 4	15 000 (пятнадцать тысяч рублей) с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Отсутствие послематчевого пресс-подхода комментариев в соответствии со статьей 16	10 000 (десять тысяч рублей) с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Размещение информации, размещенной «под эмбарго» в соответствии с пунктом 10 статьи 4	30 000 (тридцать тысяч рублей) с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Отсутствие «минимального пакета графики» в соответствии с пунктом 5 статьи 19	10 000 (десять тысяч рублей) за каждую игровую неделю
Необеспечение проведения Матча согласно предматчевому протоколу в соответствии с пунктом 1 статьи 4	5 000 (пять тысяч рублей) за каждый матч
Необеспечение участия представителей Клуба в мероприятиях, организуемых ФРР при условии уведомления Клуба не позднее чем за 10 (десять) рабочих дней в соответствии с пунктом 3 статьи 4	20 000 (двадцать тысяч рублей) за мероприятие
Непредоставление фотоотчета о размещении рекламы и информации от спонсоров (партнеров, рекламодателей) с полученными от ФРР дополнительными требованиями и инструкциями в соответствии с пунктом 4 статьи 4	20 000 (двадцать тысяч рублей) за один матч
Непредоставление эскизов игровой формы на сезон в соответствии с пунктом 5 статьи 4	15 000 (пятнадцать тысяч рублей)
Отсутствие уведомления о новом логотипе в случае ребрендинга в соответствии с пунктом 6 статьи 4	15 000 (пятнадцать тысяч рублей)
Использование необновленной символики в соответствии с пунктом 7 статьи 4	4 000 (четыре тысячи рублей) за каждое использование
Отсутствие фотографий игроков команды в соответствии с пунктом 1 статьи 5	35 000 (тридцать пять тысяч рублей)
Отсутствие фотографии заявленного игрока в соответствии с пунктом 2 статьи 5	5 000 (пять тысяч рублей)
Отсутствие фотографий новых представителей тренерского штаба и руководства в соответствии с пунктом 3 статьи 5	5 000 (пять тысяч рублей)

Допущение случаев несанкционированной видеосъемки и звукозаписи на матче в соответствии с пунктом 1.1 статьи 6	150 000 (сто пятьдесят тысяч рублей)
Необеспечение мест для расстановки видеокамер в соответствии с пунктом 1.2 статьи 6	200 000 (двести тысяч рублей)
Предоставление производителям теле- или радиосигнала, не являющимся официальными Телевещателями Чемпионата, фактического доступа Телевещателя на Сооружении без письменного согласия ФРР в соответствии с пунктом 1.3 статьи 6	200 000 (двести тысяч рублей)
Допущение срыва и задержки трансляции Матчей (или ухудшения качества изображения и/или звука в течение трансляции) по вине Клуба в соответствии с пунктом 1.4 статьи 6	400 000 (четыреста тысяч рублей)
Неподготовка раздевалки к презентационным съемкам или непредоставление доступа телевещателю ФРР для такой съемки в соответствии с пунктом 1.5 статьи 6	20 000 (двадцать тысяч рублей)
Осуществление съемки, производства и любого рода использования аудио- и видеозображений Матчей и иных мероприятий ФРР, в том числе полученных от третьих лиц в соответствии с пунктом 4 статьи 6	20 000 (двадцать тысяч рублей)
Необеспечение условий размещения оборудования в Спортсооружении в соответствии со статьей 7	50 000 (пятьдесят тысяч рублей)
Необеспечение места для парковки ПТС и телевизионной техники в соответствии со статьей 8	50 000 (пятьдесят тысяч рублей)
Отсутствие в штатной структуре подразделения/сотрудника, ответственное(ого) за связи с общественностью и СМИ в соответствии с пунктом 2.1 статьи 12	60 000 (шестьдесят тысяч рублей) за каждый календарный месяц (с первого дня)
Отсутствие во время выездных Матчей лица, ответственного за работу со СМИ, в соответствии с пунктом 2.2 статьи 12	15 000 (пятнадцать тысяч рублей) за матч с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Неучастие главного тренера Клуба в послематчевой пресс-конференции или пресс-подходе в соответствии с пунктом 2.3 статьи 12	20 000 (двадцать тысяч рублей) за матч с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Необеспечение общения с Регбистами Клуба после гостевого Матча в соответствии с пунктами 2.4 и 2.5 статьи 12	10 000 (десять тысяч рублей) с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Распространения, в том числе в СМИ и Интернете информации, носящей оскорбительный или провокационный характер, а также использование ненормативной лексики в отношении клуба-«противника», ФРР, сотрудников и представителей ФРР, а также негативных оценок спонсоров (партнеров, рекламодателей) в соответствии с пунктом 2.12 статьи 12	До 150 000 (ста пятидесяти тысяч рублей) с возможным увеличением суммы в зависимости от тяжести нарушения по усмотрению КДК ФРР

Не проведение Медиа-дня в соответствии с пунктом 2.13 статьи 12	50 000 (пятьдесят тысяч рублей)
Отсутствие отчета по аккредитованным СМИ в соответствии с пунктом 3 статьи 14	10 000 (десять тысяч рублей) за каждый матч с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Отсутствие аудиозаписи пресс-подхода в соответствии с пунктом 2 статьи 16	15 000 (пятнадцать тысяч рублей) за каждый матч с кратным увеличением в случае повторного нарушения
Отсутствие интервью с Регбистами, тренерами и (или) руководителями клубов для официального интернет-сайта ФРР в соответствии с пунктом 5 статьи 17	10 000 (десять тысяч рублей)
Отсутствие баннерных мест на сайте клуба в соответствии с пунктом 1.2 статьи 18	3 000 (три тысячи рублей) за каждую неделю
Отсутствие одного из разделов на сайте в соответствии с пунктом 1.3 статьи 18	3 000 (три тысячи рублей) за каждый раздел
Отсутствие одного из разделов на сайте в соответствии с пунктом 1.3.10 статьи 18	3 000 (три тысячи рублей) за каждое обнаруженное нарушение

Приложение 2
к Медиа регламенту Чемпионата и Кубка
России по регби 2022-2023

Предматчевый протокол						
Время до начального удара	Продолжительность	Описание	Действия судей и команд	Ведущий	Экран (при наличии)	Звук
1:00:00		Открытие входа на стадион	-	-	-	Музыка
0:45:00		Команды разминаются на поле	Обе команды выходят и начинают разминку на своих половинах поля	-	-	Музыка
0:30:00		Превью матча	Команды продолжают разминку	Предваряет матч, представляется, рассказывает об играющих командах	Афиша матча / кадры разминки / кадры с прошлых игр	Музыка
0:20:00	0:01:00	Жеребьевка	Судьи проводят жеребьевку начального удара	-	Афиша матча / кадры разминки / кадры с прошлых игр	Музыка
0:10:00		Окончание разминки	Команды заканчивают разминку и направляются в раздевалки	Рекламный контент	Афиша матча / кадры разминки / кадры с прошлых игр / рекламный контент	Музыка
0:03:00	0:00:20	Выход гостевой команды	Выход гостевой команды на поле, построение в одну линию	Представляет состав команды гостей	Состав команды гостей	Баста — Моя игра
0:02:40	0:00:20	Выход домашней команды	Выход домашней команды на поле, построение в одну линию	Представляет состав команды хозяев	Состав команды хозяев	Баста — Моя игра
0:02:20	0:00:20	Выход арбитров	Выход арбитров матча на поле, построение в одну линию	Представляет всех арбитров, в том числе ТМО, комиссара и резервного		Баста — Моя игра
0:02:00	0:01:00	Гимн РФ (и)	Команды стоят в	Объявляет гимн	Флаг России	Гимн России

		республики Татарстан в Казани)	одну линию, поют гимн	Российской Федерации (на матчах в Казани — еще и республики Татарстан)	(и Татарстана в Казани)	(и республики Татарстан в Казани)
0:00:00		Начало матча			Счет матча	

Приложение 3

к Медиа регламенту Чемпионата и Кубка России по регби 2022-2023

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ МЕДИА-ЧЕМПИОНАТА

СТАТЬЯ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ МЕДИА-ЧЕМПИОНАТА

1. Медиа-чемпионат направлен на: развитие и повышение эффективности работы клубных медиа и повышение интереса к виду спорта регби.
2. Медиа-чемпионат проводится в онлайн-формате ежегодно с 1 февраля по 20 декабря с использованием телекоммуникационной сети Интернет.
3. Организатором Медиа-чемпионата является Федерация регби России.
4. Организаторы Медиа-чемпионата осуществляют:
 - разработку и утверждение настоящего Положения;
 - формирование состава Комитета Медиа-чемпионата;
 - утверждение итогов Медиа-чемпионата;
 - контроль за соблюдением настоящего Положения;
 - разрешение споров, возникающих в связи с проведением Медиа-чемпионата.
5. Комитет формируется в составе не менее 3 (трех) человек в целях проведения и оперативного управления Медиа-чемпионатом, обеспечения качества используемых методов оценки.
6. Комитет Медиа-чемпионата осуществляет:
 - лицензирование Клубов для участия в Медиа-чемпионате;
 - организацию подсчета очков в Медиа-чемпионате;
 - выставление очков в Медиа-чемпионате;
 - оформление протокола по определению победителей и призёров Медиа-чемпионата;
 - награждение победителей и призёров Медиа-Чемпионата;
 - регистрацию и публикацию ежемесячных результатов рейтинга;
 - награждение участников Медиа-Чемпионата специальными призами;
 - иные полномочия в соответствии с настоящим Положением.

СТАТЬЯ 2. УЧАСТНИКИ МЕДИА-ЧЕМПИОНАТА

1. Участниками Медиа-Чемпионата могут быть Клубы, участвующие в соревнованиях, организованных ФРР/ЦПС.
2. В Медиа-чемпионат могут быть добавлены новые участники, отправившие заявку в свободной форме на электронную почту media@rugby.ru.
3. Заявки на участие в Медиа-чемпионате рассматриваются Комитетом в течение 10 (десяти) рабочих дней после подтверждения получения заявки. Новый участник может быть добавлен в Медиа-чемпионат с 1 числа календарного месяца, следующего за месяцем, в котором принята заявка.

СТАТЬЯ 3. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В МЕДИА-ЧЕМПИОНАТЕ

1. Не менее, чем за 14 (четырнадцать) дней до начала Медиа-чемпионата Клуб-участник предоставляет Комиссии Медиа-чемпионата:

- логотип (эмблему) Клуба в цвете в векторном формате: eps, ai, cdr. В случаях, когда это предусмотрено фирменным стилем, основной логотип представляется в монохромном варианте;
- руководство по использованию фирменного стиля с информацией о фирменных цветах Клуба в режимах CMYK, RGB и системе PANTONE (при наличии);
- ссылки на социальные сети и сайт Клуба.

2. Клуб должен предоставить доступ к сервису измерения статистики веб-сайтов Яндекс-Метрика.

3. В случае непредоставления информации, указанной в пункте 2 настоящей статьи в указанный срок, Клубу не будут начисляться баллы за участие в Медиа-чемпионате.

СТАТЬЯ 4. УСЛОВИЯ НАЧИСЛЕНИЯ ОЧКОВ В МЕДИА-ЧЕМПИОНАТЕ

Начисление очков в Медиа-чемпионате осуществляется по пяти критериям:

- наполняемость сайта
- посещаемость сайта
- наполняемость социальных сетей
- качество социальных сетей
- контент в социальных сетях

1. Оценка критерия «наполняемость сайта» проводится на основании количества публикаций в течение календарного месяца:

8 и более публикаций — 5 очков

4 - 7 публикаций — 3 очка

2 - 3 публикации — 1 очко

0 - 1 публикация — 0 очков

2. Клуб может получить дополнительные очки за выполнение специальных критериев:

- Наличие на сайте Клуба (или в одной из социальных сетей) интернет-магазина с атрибутикой Клуба — 4 очка

- Наличие на сайте Клуба расписания и турнирной таблицы Чемпионата — 2 очка

- Наличие на сайте ссылок на социальные сети Клуба — 1 очко

- Наличие при репостах в соцсети Orengraph-ссылок – 1 очко

- Наличие на сайте ссылок на официальный сайт ФРР, а также информационных партнёров ФРР (Sport24 / Rugger.info) – 1 очко

- Наличие на сайте Клуба информации о руководстве и сотрудниках клуба (в том числе пресс-атташе) – 1 очко

3. В критерии «посещаемость сайта» учитывается количество уникальных пользователей и посещений сайта в течение одного календарного месяца.

Критерий «посещаемость сайта» рассчитывается по формуле:

(Уникальные пользователи + Посещения сайта), делённое на два.

В соответствии с полученными результатами, формируется рейтинг, в котором каждый Клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков. Таким образом формируется итоговая оценка критерия «посещаемость сайта».

4. Критерий «наполняемость социальных сетей» высчитывается на основании количества публикаций в течение календарного месяца (без учета формата Stories и републикации) суммарно в социальной сети ВКонтакте и мессенджере Telegram:

25 и больше – 14 очков

22-24 — 10 очков

19-21 — 8 очков

17-18 — 7 очков

13-16 — 5 очков

7-12 — 3 очка

3-6 — 1 очко

0-2 — 0 очков

5. Клубы получают очки за активные страницы в других соцсетях и медиа:

4 очка за блог на Sports.ru — не менее 4 публикаций в месяц

2 очка за блог на Sports.ru — не менее 2 публикаций в месяц

4 очка за YouTube-канал — не менее 2 видео в месяц

2 очка за YouTube-канал — не менее 1 видео в месяц

6. В зависимости от количества участвующих в Медиа-чемпионате Клубов количество очков за страницы в других соцсетях может меняться по решению Организатора.

7. В критерии «качество социальных сетей» учитывается сумма рейтинга по количеству подписчиков, рейтинга по вовлеченности на пост, рейтинга по количеству реакций и рейтинга по вовлеченности в день во ВКонтакте, а также рейтинга по количеству подписчиков в Telegram и месячному охвату в Telegram.

7.1. Рейтинг по количеству подписчиков ВКонтакте формируется относительно суммы количества подписчиков во ВКонтакте. Каждый Клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

7.2. Вовлеченность в день во ВКонтакте высчитывается по следующей формуле:

общее количество реакций в месяц, поделённое на количество дней в месяце и поделённое на количество подписчиков в соцсети. Показатели двух социальных сетей складываются, формируя рейтинг. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

7.3 Вовлеченность на пост во ВКонтакте высчитывается по следующей формуле:

общее количество реакций в месяц, поделенное на количество постов в месяце и поделенное на количество подписчиков в соцсети. Показатели двух социальных сетей складываются, формируя рейтинг. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

7.4 Рейтинг по количеству реакций формируется относительно суммы количества лайков, комментариев и репостов во ВКонтакте. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

7.5 Рейтинг по количеству подписчиков в Telegram формируется относительно суммы количества подписчиков в Telegram. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

7.6 Рейтинг по охвату в Telegram формируется относительно общего охвата постов в месяц в Telegram. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

8. В критерии «контент в социальных сетях» члены Комитета Медиа-чемпионата выставляют свои оценки общему качеству выкладываемого Клубами контента в социальных сетях в течение календарного месяца (качеству графики и видео, стилистике и качеству текстов, и другим факторам). Каждый член Комитета выставляет свою оценку от 1 до 10. После этого убираются высшая и низшая оценка, а из остальных оценок формируется среднее арифметическое. Именно столько очков набирает клуб по данному критерию.

9. Комитет Медиа-Чемпионата по своему усмотрению может добавить до пяти очков в результат за календарный месяц за необычные и выдающиеся достижения в сфере медиа. При этом Комитет обязан написать обоснование набора указанных очков в протоколе с результатами за календарный месяц.

СТАТЬЯ 5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТ КЛУБОВ

1. Все начисленные очки по критериям складываются в общий балл Клуба за календарный месяц.

2. Очки, полученные Клубами, складываются каждый календарный месяц.

3. Если заявка нового Клуба на участие в Медиа-чемпионате одобрена Комитетом, он получает 90% от минимального количества набранных очков в каждом пропущенном месяце

4. В случае отсутствия Клуба в качестве участника соревнований, организованных ФРР/ЦПС, прекращения деятельности Клуба, он прекращает участие в Медиа-чемпионате, не набирая очки в последующих месяцах.

5. В случае реформирования Клуба, новообразованный Клуб имеет право получить баллы от своего предшественника

6. В случае обнаружения Комитетом Медиа-чемпионата накрутки рейтинговых действий, Клуб может быть оштрафован вплоть до снятия 100% очков в месяце.

Решение о применении штрафных санкций к Клубу и размере штрафных санкций принимается всеми членами Комитета единогласно.

7. В случае равенства очков у двух и более Клубов места Клубов в таблице Медиа-чемпионата определяются:

- по количеству очков в критерии «Качество социальных сетей»
- по количеству очков в критерии «Качество сайта»
- по количеству очков в критерии «Наполняемость социальных сетей»
- по количеству очков в критерии «Посещаемость сайта»

8. При абсолютном равенстве показателей во всех указанных критериях места Клубов в итоговой таблице определяются Комитетом Медиа-Чемпионата.

СТАТЬЯ 6. НАГРАЖДЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЯ И ПРИЗЁРОВ МЕДИА-ЧЕМПИОНАТА

1. Клубу, занявшему первое место в итоговой турнирной таблице Медиа-чемпионата, присваивается звание «Победитель Медиа-чемпионата регбийных клубов 2022 года».

2. Руководителю Клуба вручается переходящая награда «Кубок регбийного Медиа-чемпионата» и диплом «Победитель Медиа-чемпионата регбийных клубов 2022 года». Кубок передаётся Федерации регби России действующим обладателем не позднее чем за 10 (десять) рабочих дней до конца текущего розыгрыша.

3. Работникам пресс-службы Клуба-чемпиона также присваивается звание «Победитель медиа-чемпионата регбийных клубов 2022 года» и они награждаются золотыми медалями и дипломами.

4. Клубы, занявшие второе и третье места в Медиа-чемпионате, награждаются дипломами и призами. Специалисты и руководители профильных подразделений указанных Клубов, награждаются, соответственно, серебряными и бронзовыми медалями и дипломами ФРР.