REGLEMENT FOR ISHOCKEY OG NÆRINGSLIV

Sist revidert av Forbundsstyret – 5. januar 2015.

§ 1 Virkeområde

Dette reglement tar utgangspunkt i NIFs lov kap. 13 og ishockeyens spilleregler. Reglementet gjelder alle organisasjonsledd og all aktivitet organisert under Norges Ishockeyforbund. Ved deltakelse i internasjonale kamper er en forpliktet til å iaktta eventuelle strengere bestemmelser fastsatt av kompetent myndighet.

§ 2 Formål

Formålet med reglementet er å regulere forholdet mellom norsk ishockey og næringslivet, samt å regulere forholdet mellom Norges Ishockeyforbunds og underordnede organisasjonsledds samarbeid med næringslivet.
Som avtalepartner skal idretten ta vare på sin frie stilling. Ingen avtaler kan inneholde bestemmelser som bryter med norsk idretts etiske grunnlag, eller som er egnet til å skade idrettens anseelse. En henvisning til idrettens regelverk skal inntas i alle avtaler, og det skal fremkomme av avtalene at de i tilfelle motstrid skal fortolkes i samsvar med idrettens regelverk. Organisasjonsledd plikter å gjøre avtalemotpart oppmerksom på idrettens regelverk.

§ 3 Hvem som kan inngå avtaler. Regelverk for avtaler

Det er ikke tillatt med noen form for reklame på spillerdrakter, utstyr, isflate eller vantet (inkludert publikumsbeskyttelsen) med mindre det foreligger skriftlig godkjennelse fra Norges Ishockeyforbund.

Enkeltmedlemmer kan som medlemmer av organisasjonen ikke inngå avtaler med næringslivet. Avtaler kan bare inngås av følgende organisasjonsledd:

- Hovedorganisasjonen (NIHF) v/forbundsstyret eller den de bemyndiger.
- Idrettslaget v/hovedstyret.

§ 4 Idrettens forpliktelser overfor næringslivet

Den som inngår samarbeidsavtale står ansvarlig for alle forpliktelser; herunder økonomiske som avtalen pålegger og disse må innfris. I avtaler som forutsetter at utøverne medvirker, må det gjøres oppmerksom på vedkommendes rett til å ta forbehold, jfr. § 5.

Alle avtaler skal inneholde en bestemmelse om at sponsorstøtten til en utøver som omfattes av avtalen faller bort dersom denne blir dømt i Norge for bruk av doping.

§ 5 Utøverens forbeholdsrett

Utøver kan ta forbehold om ikke å bli benyttet i markedsføring dersom slik medvirkning vil stride mot utøvers etiske eller moralske overbevisning- Dersom det oppstår tvil om utøverens overbevisning oppfyller kravene i første punktum, avgjøres dette av idrettsstyret.

§ 6 Valgbarhet. Inhabilitet

Sponsorer og sponsoransvarlige er som medlemmer valgbare til tillitsverv. Om inhabilitet gjelder reglene i Norges Ishockeyforbunds lov § 11.

§ 7 Reklamens utforming m.v.

Det må vises varsomhet med reklamens omfang, slik at den ikke virker forstyrrende eller skjemmende. Firma/produktnavn må ikke brukes i navnet til offisielle norgesmesterskapskonkurranser.
Ingen reklame kan være av materiell eller utforming som medfører fare for at tilskuere, utøvere eller utøveres utstyr kan skades.

1. I en og samme kamp må reklamen være ens på samtlige av lagets drakter bortsett i fra felt 8 og 9.
Spillerdraktene kan ha følgende reklamefelt (se skisse) og størrelser på feltene:

Hjelm (1)	Max 50 cm^2
Hjelm (2)	Max 75 cm^2
Hjelm (3)	Max 50 cm^2
Bryst (4)	Max 150cm^2 (Norges Ishockeyforbunds generalsponsor)
Bryst (5)	Max 150 cm^2
Bryst/mage (6)	Max 625 cm^2
Arm (7)	Max 12 cm bred
Midje, foran (8)	Max 14 cm høy
Midje, bak (9)	Max 14 cm høy
Rygg, (10)	Max 14 cm høy
Bukse, foran (11)	Max 625 cm^2
Bukse, side (12)	Max 12 cm. bred
Bukse, bak (13)	Max 625 cm^2
Strømper (14)	Max 12 cm bred
Krage (15)	Max 25 cm^2
Halsbeskytter (16)	Ca 50 cm^2

Klubblogo min. 100cm^2 og spillerens navn (min. 10cm høyde) skal også på drakten.
Det tillates reklame på målvaktenes leggskinn, front og side.

Refererer til følgende punkter i NIHF's spilleregler:

Seksjon 3 – Lag og spilleregel 28 – Lagets kaptein.
Seksjon 4 – Utespilleres utstyr, regel 30-38.
Seksjon 4 – Utespilleres utstyr, regel 40 – Drakter.

2. Dommerdraktene kan ha følgende reklamefelt (se skisse) og størrelser på feltene:

Norges Ishockeyforbund har reklamerettighetene for alle dommere.

Hjelm (2)	Max 50 cm^2 foran og 10 cm^2 bak
Bryst (4)	Max 150cm^2 (Norges Ishockeyforbunds generalsponsor)
Mage	Max 300 cm^2
Rygg	Max 750 cm^2
Bukse (utside)	Max 150 cm^2 på hvert ben

3. For arenareklame gjelder følgende;
   - For TV-sendte kamper må arenareklamen tilpasses kravene i avtalen mellom Norges Ishockeyforbund og TV-selskapet.
   - På vantet skal avstanden fra reklamen til linjemarkeringen være minst 30 cm. Grunnfargen mellom to reklamefelt og inntil linjemarkeringen skal være hvit.
   - På isen skal det være et klart fargeskille mellom selve reklamen og den linje eller dropp-punkt som reklamen støter imot.
     Alle linjer og dropp-punkt skal være heltrukket dvs. at ingen reklame kan bryte en linje som markerer banen i henhold til gjeldende spilleregler. Det bør være et

skille på 10 cm. med hvit maling eller naturlig isfarge mellom en reklame og linjer som markerer banen (spesielt på redline og blueline).
- Ingen gjenstander eller reklame skal plasseres slik at belysning eller publikums sikt svekkes. Minimum fri høyde over isflaten er 5.5 meter.

Refererer til følgende punkter i NIHF's spilleregler:

Seksjon 2 – Banen, første avsnitt.
Seksjon 2 – Banen, regel 12 – Banens størrelse.
Seksjon 2 – Banen, regel 20 – Målburet.
Inndeling av banen, se Seksjon 2, s. 17 – Banen.

§ 8 Poolavtaler

Dersom Norges Ishockeyforbund etablerer pool og i den forbindelse inngår "poolavtaler" må det opprettes et eget regelverk for slike avtaler. Regelverket må bygge på prinsippene i NIFs regler om forholdet til næringslivet og må i tillegg inneholde bestemmelse om:

a) at det oppnevnes et tilsynsråd for poolen bestående av representanter for forbundet, kretsen, produsent/leverandør og utøverne
b) at alle økonomiske oppgjør skal skje mellom forbundet/kretsen og den enkelte produsent/leverandør.
c) at skattedirektoratets bestemmelser for stipend benyttes i de tilfeller utøverne får disponere poolinntekter.

Regelverket omtalt i første ledd sendes NIF til orientering.

§ 9 Andre samarbeidsavtaler

Avtaler mellom klubb og selskap eller person om kommersielt og/eller administrativt samarbeid må godkjennes av forbundsstyret og reguleres av «Et idrettslag kan la andre forvalte hele eller deler av idrettslagets kommersielle virksomhet i henhold til denne bestemmelsen og de øvrige bestemmelsene i kapittel 13» (jf. NIFs lov § 13-4, første ledd) som er vedtatt av Idrettsstyret. Se også Klubblisensreglementet § 6.

Ved inngåelse av samarbeidsavtaler om bingo/lotteri, messe/utstillingsarrangementer, trykksakproduksjon m.v., må idretten, eventuelt sammen med næringslivets representant, alltid stå som ansvarlig arrangør av den aktuelle aktivitet. Ingen samarbeidsavtale kan gi den tekniske arrangør rett til utad å opptre på idrettens vegne.

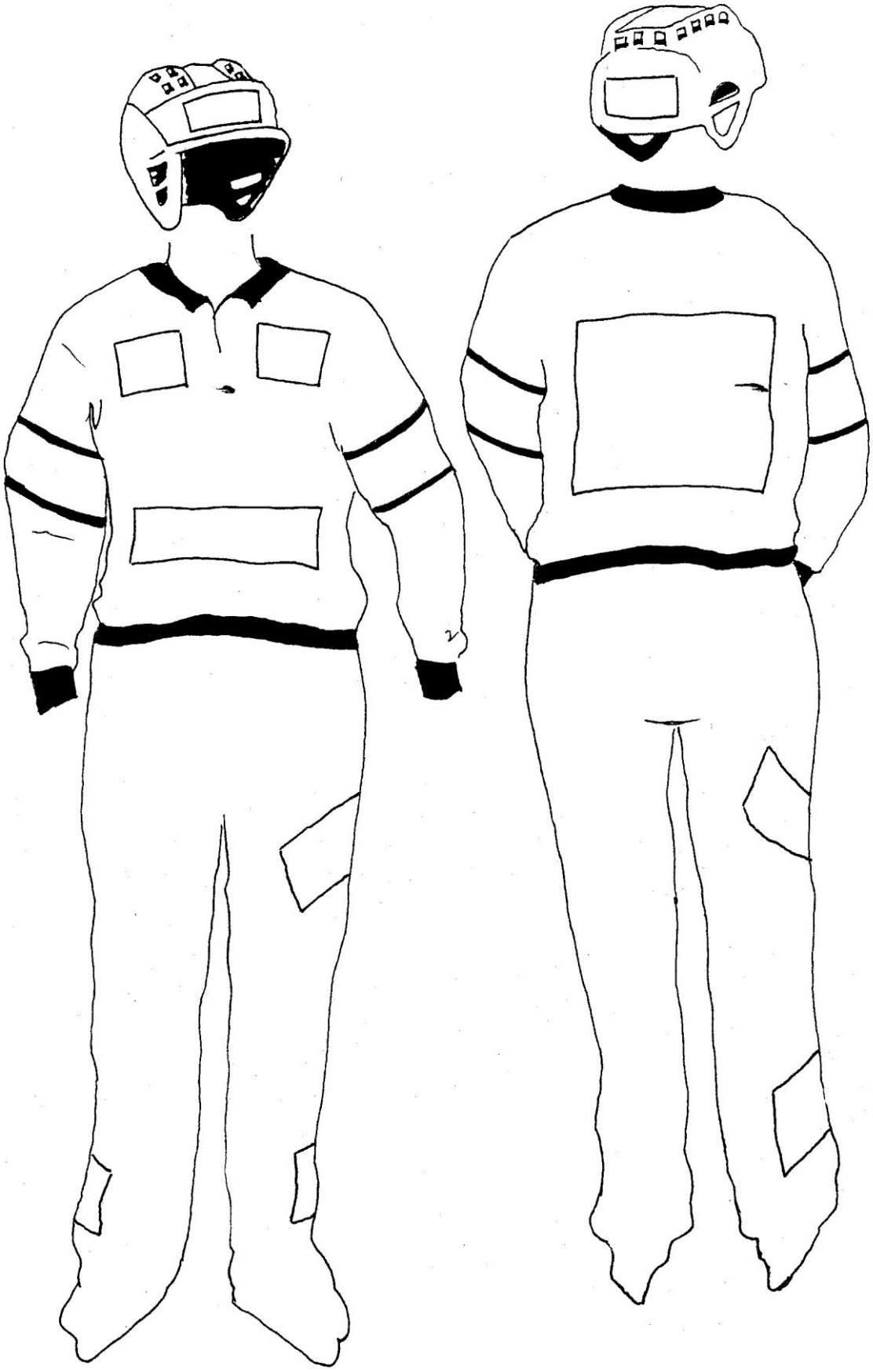
Den som inngår avtale som nevnt i andre ledd må ha fullstendig og løpende adgang til alle regnskap og kontroll med alle forretningsmessige aktiviteter som avtalen forutsetter gjennomført.

§ 10 Idrettsstyrets kontroll

Finner idrettsstyret at en avtale som gjelder forholdet mellom idretten og næringslivet har stor prinsipiell betydning, kan det selv ta opp avtalen eller kreve den oversendt til behandling/ overprøving.

§ 11 Overtredelse

Overtredelser av dette reglement kan, med øyeblikkelig virkning, medføre at forbundet trekker tilbake vedkommende ledds tillatelse til å ha reklame på drakt eller arena. Sanksjoner eller straff i henhold til Norges Ishockeyforbunds lovverk er andre aktuelle reaksjonsmåter.

§ 12 Endring av dette reglementet kan foretas av Forbundsstyret.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
LUND