

Disposizioni sulle norme che regolano gli spazi promo pubblicitari in occasione delle regate che si organizzano in Italia sotto l'egida della FIC

Il Consiglio Federale si riserva di stabilire le norme che regolano la pubblicità commerciale, le sponsorizzazioni e i messaggi promozionali in occasione delle regate che si svolgono in Italia sotto l'egida della FIC visti gli art. 47 e 48 del Regolamento Organico .

1. Principi generali

1.1 Applicazione della normativa

Queste norme regolano tutte le regate organizzate in Italia sotto l'egida della FIC. Queste norme si applicano sia per quanto riguarda i diritti esclusivi della FIC nei confronti dei Comitati Organizzatori che per quelli relativi alle esposizioni di marchi sulle barche e sui remi societari e sull'abbigliamento dei tesserati.

Limitatamente all'abbigliamento indossato dai concorrenti, alle imbarcazioni e ai remi le norme si applicano quando gli stessi si trovano in acqua durante gli orari di gara delle regate ed ogni volta che questi si trovano nei pressi del podio o del palco o sopra questi ultimi.

1.2 Diritti esclusivi della FIC.

I seguenti diritti sono di proprietà esclusiva della FIC in tutte le regate di campionato FIC e dovranno e/o potranno essere commercializzati in collaborazione con ciascun Comitato Organizzativo e regolarizzeranno i diritti di esposizione dei marchi da parte degli affiliati partecipanti:

1. Diritti televisivi, compresi tutti i mezzi ad oggi conosciuti o in futuro concepiti, sia in diretta che registrati, a pagamento o gratuiti inclusa la trasmissione via cavo, satellite o terrestre;

2. Diritti pubblicitari, compresi tutti i diritti commerciali e delle sponsorizzazioni che ne scaturiscono in via diretta o che ne siano in qualsiasi modo collegati, inclusi i diritti di segnaletica, i diritti di sponsorizzazione generica, i diritti del fornitore ufficiale, i diritti sulla programmazione dell'evento, i diritti pubblicitari su tutto il materiale promozionale e le pubblicazioni e i diritti sull'ospitalità.

3. Diritto di regolarizzare le esposizioni di marchi sulle barche e sui remi degli Affiliati partecipanti e sul relativo abbigliamento dei tesserati, nonché quello di definire propri spazi pubblicitari su barche degli Affiliati ed abbigliamento dei Tesserati.

1.3 Pubblicità non consentita

E' vietata qualsiasi forma di pubblicità che non è specificamente autorizzata da queste disposizioni. Inoltre, tutta la pubblicità deve essere in accordo con le leggi e le normative del Codice Civile e delle leggi Regionali vigenti. Non potranno essere diffusi messaggi propagandistici inappropriati o lesivi per l'immagine del canottaggio, come per esempio campagne pubblicitarie sul tabacco o su bevande con gradazione alcolica superiore al 15%. In caso di dubbio, dovrà decidere il Consiglio Federale.

Nel caso in cui uno sponsor tratti prodotti vietati da questa clausola, ma produca anche altri beni o servizi non vietati, potrà ottenere un marchio identificativo, ammesso che questo sia chiaramente associato con il bene o il servizio autorizzati e che questi non richiama ad una campagna pubblicitaria del prodotto vietato (per esempio, non saranno vietati Marlboro Wear o Memphis Timing o simili).

1.4 Marchi identificativi e criteri di misurazione

Sia per le barche/remi che per l'abbigliamento esistono cinque tipi di marchi identificativi ai quali si fa riferimento in queste norme:

- Azienda produttrice della barca, del remo o dell'abbigliamento,
- Nome e/o logo sociale o Stemma del Club,
- Nome dell'imbarcazione,
- Sponsors del Club,
- Sponsors della FIC.

La pubblicità per esempio del produttore e/o dello sponsor potrà essere composta dal nome, dal marchio o dal logo del prodotto. Tutti questi elementi devono essere sistemati insieme, non separatamente e devono essere direttamente collegati tra loro.

L'area di identificazione viene calcolata tracciando delle linee verticali e orizzontali unite da angoli retti, a partire dal punto estremo del nome o del simbolo o dal colore dello sfondo, nel caso in cui questo copra un'area più vasta. Dunque lo spazio pubblicitario viene calcolato per esempio come un quadrato o un rettangolo:



1.5 Spazi identificativi dei marchi.

Sono a disposizione degli affiliati e dei loro atleti tesserati , le seguenti sei opportunità di sponsorizzazioni commerciali riservate alle varie categorie di marchi sui veicoli pubblicitari attualmente esistenti barca,remo e abbigliamento, oltre al marchio di ciascun produttore, con le misure e le caratteristiche che verranno indicati negli articoli successivi :

Barca : 1 -Primo sponsor sulla fiancata della barca .

 2 -Secondo sponsor sulla coperta di poppa e di prua della barca.

Remo : 1 -Terzo sponsor .

Abbigliamento: 1 –Quarto sponsor sul petto del body.

 2 –Quinto sponsor sui pantaloni del body.

 3 – Sesto sponsor sul cappellino e/o sulla fascia tergisudore e/o sulla bandana e/o sul foulard al collo o simile.

Gli Affiliati sono liberi di riservarsi tutti gli spazi o di concedere ai propri atleti la gestione di uno o più di essi.

1.5 Se un produttore è anche uno sponsor

Se un produttore di barca,remo o abbigliamento è anche uno sponsor, questo può utilizzare lo spazio riservato allo sponsor, ma non è autorizzato a creare un'unica area più grande unendo i due spazi distinti e cede il diritto di essere identificato come produttore. Qualora lo spazio riservato al produttore non venga utilizzato dal produttore stesso, non potrà essere utilizzato per altri scopi.

1.6 Compatibilità dei marchi identificativi.

I remi e tutti i membri dello stesso equipaggio dovranno essere identificati in ogni spazio consentito con il medesimo sponsor. Per esempio: tutti i remi dell'equipaggio devono essere sponsorizzati dal medesimo sponsor,tutti i cappellini dell'equipaggio devono avere lo stesso sponsor ; tutti i body dell'equipaggio devono essere uguali tra loro,realizzati dal medesimo produttore e riportare lo stesso sponsor sul petto e sul pantaloncino.

1.7 Identificazione dell’Affiliato.

I componenti di un equipaggio dovranno indossare l'uniforme di gara della loro Società depositata in Federazione ,la quale dovrà essere identica ed uniforme nel taglio e nel colore ad eccezione dei marchi degli sponsor ,i quali dovranno tuttavia essere identici per uno stesso equipaggio.

In caso di equipaggi misti è obbligatorio utilizzare l'uniforme dell'Affiliato che ha iscritto l'equipaggio alla regata.

Le pale di tutti i remi dovranno essere dipinti nello stesso modo con i colori sociali dell'Affiliato depositato in Federazione.

Le norme si applicano quando la barca si trova in acqua durante gli orari di gara ed ogni volta che l'equipaggio si trovi nei pressi del podio delle premiazioni, del palco delle autorità e dell'area stampa per le interviste con i Media.

1.8 Sponsorizzazione FIC.

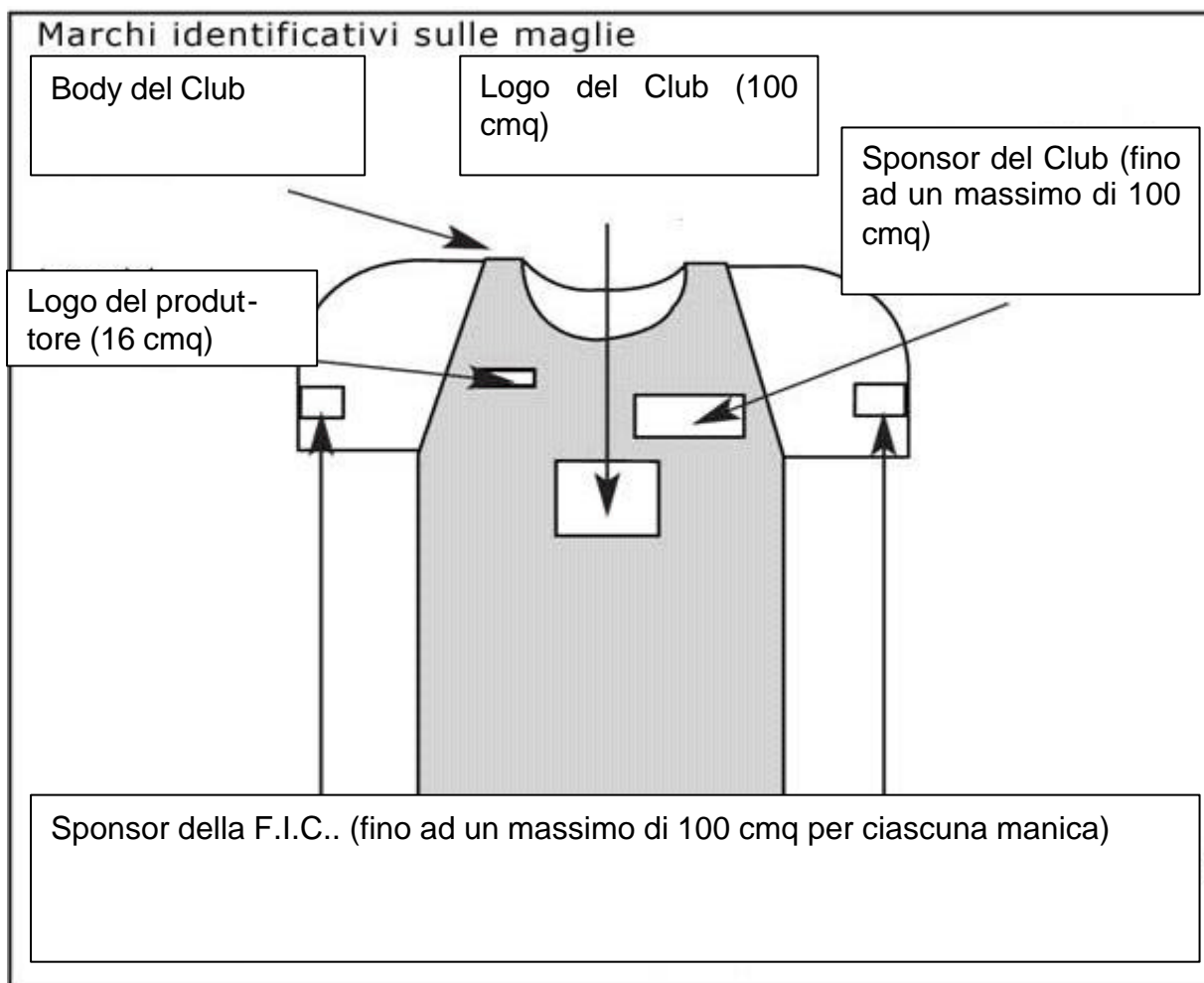
In occasione di una regata nazionale, il Consiglio Federale potrà stabilire ulteriori norme riguardo l'abbigliamento degli atleti partecipanti, incluso l'uso obbligatorio di t-shirt fornite dalla FIC o dagli organizzatori con un ulteriore sponsor stampato sulle maniche e di particolari forme di sponsorizzazione sulle barche partecipanti.

2.0 Marchi sull'abbigliamento di gara o equivalente

In occasione di eventi organizzati dalla FIC la uniforme da competizione sarà costituita da un body composto da una "canotta" o una "maglia senza maniche" e da un pantaloncino e da accessori annessi quali cappellini, bandane, foulard, nastri tergi sudore.

2.1 Uniforme da competizione-tronco dell'atleta .

- a. Il nome e/o stemma o logo del Club dovrà apparire una volta sola sul body sul petto e non dovrà essere più grande di 100 cm².
- b. Il logo del produttore dovrà apparire una volta sola sul body sul petto e non dovrà essere più grande di 16 cm².
- c. Lo sponsor del Club dovrà apparire una volta sola sul body sul petto e non dovrà essere più grande di 100 cm².
- d. Lo sponsor della FIC e/o del Comitato Organizzatore potrà comparire su ogni manica della T-shirt fornita dagli organizzatori e indossata dai tesserati partecipanti sotto il body e non dovrà essere più grande di 100 cm² per ciascuna manica.



2.2 Marchio sui cappelli e/o sulle fasce tergi sudore e/o sulla bandana e/o sul foulard al collo o simile.

Il marchio dello sponsor del Club dovrà apparire una volta e non dovrà essere più grande di 50 cm². Comparirà solo un marchio sul cappello o sulla fascia tergi sudore oltre quello del produttore.

2.3 Marchio sui pantaloncini o equivalenti

Il marchio dello sponsor del Club potrà apparire o una volta (occupando uno spazio unico di 50cm²) oppure potrà comparire due volte (vale a dire una volta su ciascun lato dei pantaloncini e dovrà essere identico su entrambi i lati) mantenendo la stessa misura di 50 cm² per ciascun lato e marchio identificativo.

2.4 E' vietato applicare marchi identificativi su tutti gli altri capi d'abbigliamento o accessori

Non dovrà essere applicato alcun logo sui calzini o su qualsiasi altro capo d'abbigliamento o accessori indossati dai concorrenti.

3.0 Marchio identificativo sulle imbarcazioni

Sulle imbarcazioni si hanno queste possibilità di identificazione promo pubblicitarie:

- Marchio o logo del produttore,
- Nome e/o logo o stemma sociale dell’Affiliato,
- primo sponsor del Club sulla fiancata ,
- secondo sponsor del Club sulla coperta ,
- sponsor della FIC o del Comitato organizzatore sulla fiancata ,
- sponsor sui numeri di prua.

3.1 Marchio o logo del produttore

Il marchio del produttore dovrà figurare una volta per ciascun lato della struttura in corrispondenza dello spazio occupato dal/i canottiere/i e ogni marchio non dovrà essere più grande di 100 cm².

Ogni altro marchio della casa produttrice è vietato.

3.2 Nome e/o logo o stemma dell’Affiliato

Il Nome della barca e/o il logo o lo stemma sociale potrà comparire una volta su ciascun lato dello spazio dell’imbarcazione sottostante il “cockpit”, non supererà i 20 cm di lunghezza e non sarà più grande di 100cm².

3.3 Spazi per i marchi degli Sponsors

Qui di seguito vengono identificati gli spazi per ogni singola barca da regata olimpica.

Le stesse norme vengono estese anche alle barche del Coastal Rowing ,quelle delle regate da mare ed altre barche non previste in questo documento in funzione della lunghezza delle stesse adattate alla superficie disponibile sulle fiancate.

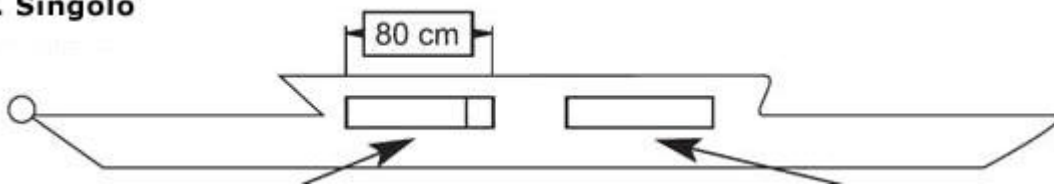
3.3.1 Sponsor sulle fiancate e sulla coperta .

Oltre a quanto indicato al punto 3.2 , sulle fiancate dell’imbarcazioni si avranno i seguenti due sponsor dislocati come meglio evidenziato sui disegni.

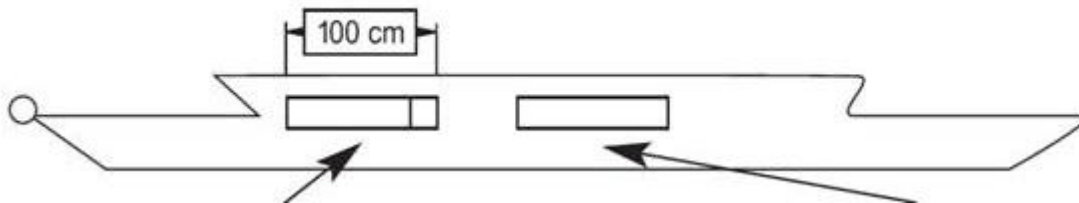
- a) In tutte le barche** -Lo sponsor della FIC e/o del Comitato Organizzatore avrà un solo spazio non più grande di 800 cm² , in ciascun lato dell’imbarcazione , verso la prua e sarà collocato nei primi 80 cm dal boccaporto di prua per il singolo e nei primi 100cm per le altre barche .**(nei disegni a sx)**.
- b) Nel singolo** -Il marchio del primo sponsor dell’Affiliato comparirà una sola volta nei primi 80 cm dal boccaporto di poppa per ciascun lato dell’imbarcazione e non supererà gli 800 cm² (**nel disegno a dx**).

- c) **In tutte le altre barche**- Il marchio del primo sponsor dell’Affiliato comparirà più volte come evidenziato nei disegni nei primi 100 cm dal boccaporto di poppa ,per ciascun lato dell’imbarcazione e ogni spazio non potrà superare gli 800 cm².(**nei disegni a dx**) .
- d) **In tutte le barche** - Il marchio del secondo sponsor dell’Affiliato comparirà su ognuna delle aree della coperta a prua e a poppa, e dovrà essere identico su entrambi gli spazi e può occupare l’intera area disponibile.
- e) Non compariranno più di due sponsor dell’Affiliato su ogni imbarcazione uno sulla fiancata e uno sulla coperta.

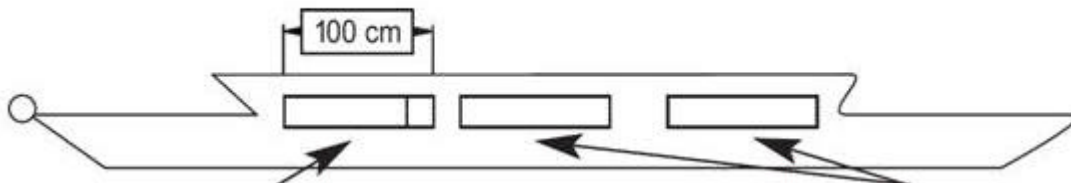
a. Singolo



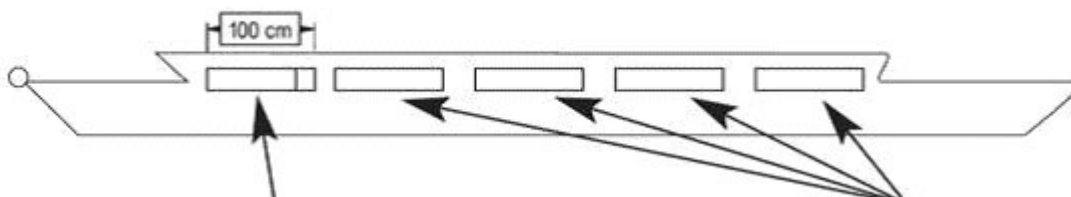
b. Due di coppia, due senza, due con



c. Quattro di coppia, quattro senza, quattro con



d. Otto con



3.4 Marchi identificativi sui numeri di prua

Il marchio di uno ulteriore sponsor della FIC e/o del Comitato Organizzatore può comparire una volta sotto il numero di prua e l'altezza dei caratteri non potrà superare i 5 cm.

4.0 I Remi

4.1 Applicazione – Queste norme si applicano ai remi di coppia ed ai remi di punta .

4.2 I colori delle pale – Sulle pale possono figurare solamente i colori dell’Affiliato così come sono stati registrati al momento dell’affiliazione.

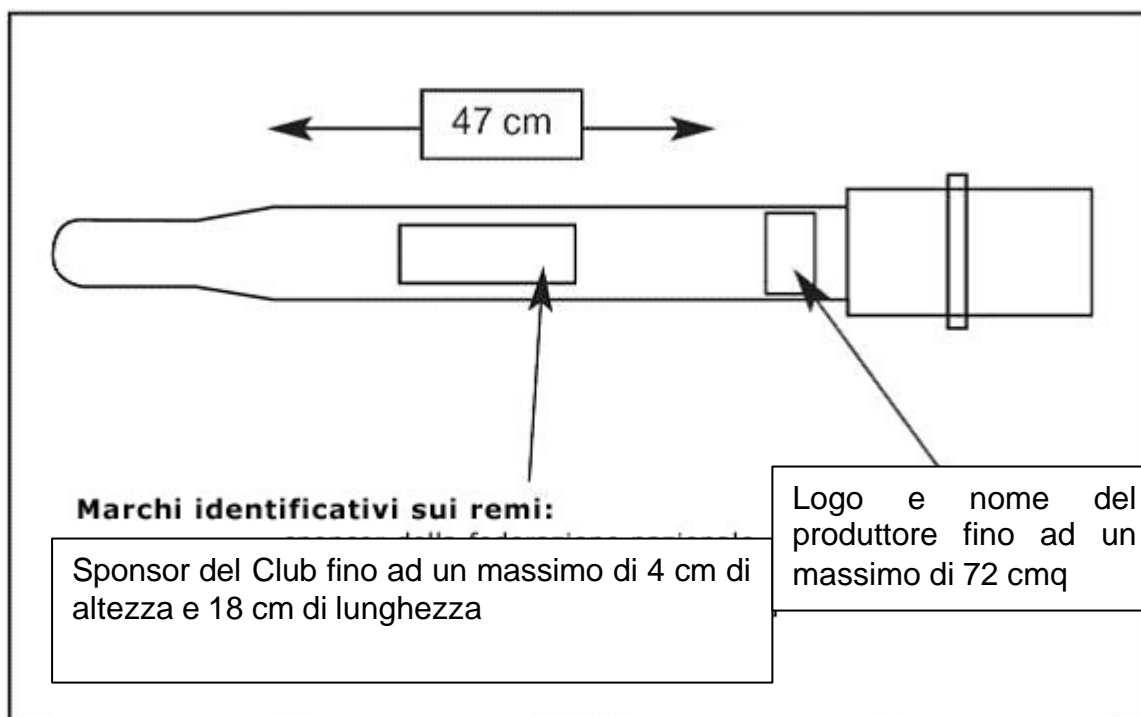
4.3 La sezione del remo fuoribordo – Non è permesso apporre alcun marchio sulla sezione fuoribordo del remo.

4.4 Marchio sulla sezione entro bordo – Sulla sezione entro bordo del remo sono consentiti i seguenti marchio/i:

4.4.1 I loghi sui remi di coppia

a. Da 0 a 47 cm (dall’attaccatura del manico al fusto) – Il marchio dello sponsor del Club dovrà comparire una volta, non dovrà essere più alto di 4 cm e non dovrà occupare uno spazio maggiore di 72 cm².

b. Da 47 cm al collare – Il marchio identificativo del produttore dovrà figurare una volta, non dovrà superare 4 cm di altezza e non dovrà occupare una superficie più ampia di 72 cm².



4.4.2 Il marchio sull'impugnatura dei remi di punta –

a. Da 0 cm a 50 cm (dall'attaccatura dell'impugnatura al fusto): il marchio del Club dovrà comparire una volta, non dovrà essere più alto di 5 cm e non dovrà occupare uno spazio maggiore di 100 cm².

b. Da 50 cm al collare: il marchio identificativo del produttore potrà figurare una volta, non superare 5 cm di altezza e occupare uno spazio maggiore di 100 cm².

