

Capitolul 13, Publicitate și Drepturi de Imagine

Art.66. Tipuri de publicitate

66.1. Definiție Prin publicitate în automobilismul sportiv se înțelege acțiunea de promovare directă și indirectă a unei mărci/embleme/sigle/semn distinctiv ale produselor unei persoane fizice sau juridice și/sau promovarea numelui/imaginii acesteia, la locul de desfășurare a unei competiții și în imaginile statice și în mișcare preluate de la aceasta.

66.2. Publicitatea Sportivă. Se definește publicitatea sportivă profesională ca fiind publicitatea legată direct de participarea în competiție. Intră în categoria publicității sportive profesionale afișarea emblemelor pe echipamentul sportivilor, al mecanicilor, al membrilor cluburilor, pe automobilele de concurs, pe cele de asistență tehnică și de recunoașteri, pe echipamentele arbitrilor, pe poarta de start/sosire, la festivitatea de premiere, la conferința de presă oficială, publicitatea de pe documentele oficiale și/sau obligatorii ale competiției etc.

Publicitatea pe vehicule trebuie să respecte partea de caroserie rezervată numerelor și plăcuțelor de competiție și nu trebuie – în niciun caz – să le acopere.

Sunt interzise panourile publicitare care produc modificări ale caroseriei sau profilului vehiculului sau care constituie proeminențe.

66.3. Publicitatea Comercială. Prin publicitate sportivă comercială se înțelege orice altă acțiune de reclamă și publicitate care nu este legată direct de participarea în competiție. Spre exemplu, este considerată publicitate sportivă comercială afișarea bannerelor din parcul de service sau de pe traseul de concurs, organizarea de standuri promoționale la locul de desfășurare al competiției, afișarea siglei unui sponsor pe panourile amenajate special pentru interviuri, altele decât cele de conferința de presă oficială, afișarea vizibilă a însemnelor distinctive ale sponsorilor pe vehicule parcate sau care circulă în zonă și în zilele competiției în scop publicitar șamd.

66.4 Publicitatea pentru rezultatele unei competiții

66.4.1. Orice persoană sau companie care face publicitate pentru rezultatul unei competiții sau eveniment trebuie să indice detaliile precise ale rezultatului anunțat, natura competiției sau categoria, clasa etc., clasamentul în care s-a obținut respectivul rezultat.

66.4.2. În respectiva publicitate trebuie indicat numele complet al Campionatului, Cupei sau a competiției.

66.4.3. În cazul în care clasamentele pentru care se face publicitate sunt clasamente parțiale sau provizorii, trebuie precizat acest fapt în respectiva publicitate.

66.5. Publicitate Interzisă. Orice tip de publicitate este permisă atâta timp cât nu este ofensatoare sau vătămătoare. Este în mod expres interzisă orice publicitate cu caracter pur ideologic, politic sau similar, inclusiv din partea partidelor politice legal înregistrate, precum și orice publicitate imorală sau care incită la violență, discriminare sexuală, rasială, religioasă, ideologică sau de gen.

Este interzisă orice tip de publicitate luminiscentă sau reflectorizantă.

Art.67. Publicitatea F.R.A.S.

67.1. Afișarea numelui și siglei FRAS, ANS, a organizatorului competiției și a cluburilor sportive participante, a echipelor acestora, a numelui competiției și a campionatului din care aceasta face parte, nu este considerată publicitate.

67.2. Contractele încheiate de Federația Română de Automobilism Sportiv cu sponsori generali, principali, parteneri media etc., sunt general obligatorii, cu excepția situațiilor în care sunt generate conflicte de interese cu sponsorii sau partenerii media ai organizatorului competiției respective.

67.2.1. Publicitatea stabilită ca atare într-un anumit Campionat va fi obligatorie (de exemplu, luneta FRAS). O reclamă opțională care se referă la o marcă de combustibil, automobile, anvelopă sau lubrifiant poate face fi refuzată fără ca acest refuz să fie taxat suplimentar..

67.2.3. În caz de conflict de interese, Contractele de Organizare vor fi negociate și individualizate, scop în care organizatorii trebuie să probeze conflictul de interese cu documente, fără a avea obligația dezvăluirii termenilor confidențiali ai contractelor.

67.2.3. În mod similar, sportivilor/ cluburilor/ echipelor/ echipajelor care au încheiat contracte de reclamă, publicitate, sponsorizare cu firme și/ sau pentru produse concurente cu cele promovate de sponsorul general al FRAS, le revine obligația de a anunța Secretariatul FRAS și a proba conflictul de interese creat.

67.2.4. În funcție de rangul competiției, reglementările în vigoare și clauzele contractelor individuale, organizatorul va reflecta în toate documentele competiției, pe spațiile publicitare la dispoziție, pe poarta de start, la conferința de presă, la festivitatea de premiere și/ sau la conferința de presă oficială, sigla și însemnele FRAS, și/sau ale partenerilor acestuia, în acest mod certificându-se caracterul oficial al competiției. Dimensiunile însemnelor, siglelor și amplasamentul acestora vor fi prevăzute în caietele de sarcini.

67.3. Publicitatea legată de sponsorizarea oficială a unui Campionat, Cupă, Trofeu... va fi obligatorie ca prioritate pentru participanții la acesta (de exemplu, cupele monomarcă). Caracteristicile și locațiile acestora vor fi precizate de către F.R.A.S., după consultarea părților interesate la aprobarea contractului de publicitate, fie ca parte integrantă, fie ca Anexă la Regulamentul aplicabil competiției respective. În Campionatele Naționale, comisiile sportive pot impune publicitate prioritară sau exclusivă în același mod.

Art.68. Publicitatea organizatorilor

68.1. Publicitatea obligatorie a organizatorilor, pe numerele de competiție și/sau plăcile de competiție, nu poate fi refuzată.

68.2. Organizatorii pot oferi participanților publicitatea opțională contractată de ei, iar aceștia sunt liberi să o accepte, sau nu. Refuzul publicității opționale poate atrage dublarea taxelor de înscriere prevăzute. Participanții care au acceptat reclama opțională a organizatorului și nu o afișează pe toată durata competiției vor fi penalizați cu o penalizare egală cu taxa de înscriere.

68.3. În cazul în care un organizator dorește să impună o anumită publicitate, acesta trebuie să precizeze clar despre ce este aceasta în Regulamentul Particular și pe formularele de înscriere. Regulamentul Particular mai sus trebuie să precizeze și locația și dimensiunile plăcii.

68.4. Un organizator nu poate impune unui concurent publicitate care contrazice acordurile de publicitate pe care concurentul le-a contractat pentru vehiculul și echipamentul său, cu excepția celei legate de plăcile de competiție și numere de concurs.

68.4. În nici un caz organizatorul nu poate stabili, determina sau influența competiția din punct de vedere sportiv, invocând conflictul de interese comercial cu un sponsor al unuia sau mai multor concurenți, echipe, echipaje.

68.5. Organizatorii de competiții nu pot angaja negocieri directe cu partenerii FRAS fără consimțământul scris al acestora. Încălcarea acestui articol poate duce la retragerea Licenței de Organizator sau al Permisului de Organizare, la propunerea Președintelui FRAS, aprobată de Consiliul Federal.

Art.69. Publicitatea concurenților

Organizatorul nu poate interveni și nici nu se opune vreunei reclame pe care o poate transporta un vehicul sau un participant. Cu toate acestea, Comisarii Sportivi pot lua orice decizii pe care le consideră adecvate în cazul unei încălcări a acestui Regulament Sportiv. În cazul în care un vehicul participant afișează pe caroseria sa vreă reclamă așa cum este definită la **Art.66.5**, Organizatorul trebuie să informeze imediat CCS despre caz, pentru a solicita o decizie urgentă de prevenire a afișării, ceea ce poate duce la neadmiterea la start sau la descalificarea imediată din competiție.

Art.70. Utilizarea Dronelor

Utilizarea dronelor este absolut interzisă în orice punct de-a lungul unui traseu de competiție, fie pe un circuit închis, fie pe drumuri asfaltate sau forestiere. Autoritățile trebuie anunțate imediat dacă sunt detectate drone.

2) Doar dronele special autorizate de F.R.A.S. pot fi folosite în timpul competițiilor, iar punctele și zonele de utilizare, precum și orele, vor fi comunicate în prealabil de către F.R.A.S. Organizatorului.

Această utilizare a zborurilor peste spațiul aerian al competițiilor va presupune, după caz, dacă este necesar din punct de vedere legal, primirea unui aviz de la MAPN.

Art.71. Drepturi de imagine

7.2. F.R.A.S. singura entitate care poate organiza competiții automobilistice în România, fiind proprietarul exclusiv al titlurilor naționale (Campionate, Trofee, și Cupe) aflate la joc, are inclusiv toate drepturile de filmare și imagini animate legate de aceste titluri.

Organizatorii competițiilor care iau parte la un Campionat, Cupă sau Trofeu F.R.A.S. și pentru care F.R.A.S. a confirmat că nu dorește să gestioneze drepturile de filmare și imagini animate sau să le transfere, pot folosi aceste drepturi după cum doresc.

F.R.A.S. acreditează personalul serviciilor de comunicații audiovizuale sau al companiilor de producție pentru a intra pe site-urile care găzduiesc competiții ale unui Campionat, Cupă sau Serie F.R.A.S., în scopul realizării de înregistrări sonore televizate și de altă natură, precum și a emisiunilor sau realizarea de filme. Acreditările se eliberează în conformitate cu reglementările de acreditare a jurnaliștilor TV stabilite de F.R.A.S..

Respectarea acestui articol de către organizatori este obligatorie pentru înregistrarea oricărei competiții în Campionatele, Cupele, Seriile sau Trofee F.R.A.S..