



UNIRE
gente e cavalli

DELIBERA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE N. 5 18-04-2008

REGOLAMENTO PUBBLICITA' E SPONSORIZZAZIONI NELLE CORSE AL GALOPPO

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica dell'8 dicembre 2007 di nomina del Presidente dell'UNIRE;

VISTO il decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali del 15 febbraio 2008 di ricostituzione del Consiglio di amministrazione dell'UNIRE;

VISTO il D.L.vo 29 ottobre 1999, n. 449 di riordino dell'UNIRE;

VISTO il decreto-legge 24 giugno 2003, n. 147, recante proroga di termini e disposizioni urgenti ordinamentali, convertito nella legge 1° agosto 2003 n. 200;

VISTI gli art. 3 quater del Regolamento delle Corse dell'incorporato Ente Jockey Club Italiano e 11bis del Regolamento dell'incorporato Ente Soc. degli Steeple-Chases d'Italia;

RAVVISATA la necessità e l'urgenza di regolamentare la pubblicità e le sponsorizzazioni nelle corse al galoppo e, in attesa di una più completa revisione di tutti i regolamenti tecnici, di armonizzare le norme che disciplinano l'ambito specifico;

VALUTATE le esigenze dell'Ente, del settore e le istanze provenienti dalle categorie;

DELIBERA

di adottare il "Regolamento pubblicità e sponsorizzazioni nelle corse al galoppo" nel testo allegato che costituisce parte integrante della presente deliberazione.

Il suddetto Regolamento, che integra i Regolamenti delle Corse degli incorporati Enti Jockey Club Italiano, Società degli Steeple Chases d'Italia e Ente Nazionale per il Cavallo Italiano, entrerà in vigore il 1° giugno 2008 .

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Melzi d'Eril

IL PRESIDENTE

Goffredo Sottile

Regolamento pubblicità e sponsorizzazioni nelle corse al galoppo

ART. 1 *Ambito di applicazione e criterio generale*

1. Il presente Regolamento si applica alle competizioni ufficiali organizzate dall'U.N.I.R.E.
2. Tutto ciò che non è esplicitamente consentito dal presente Regolamento deve intendersi come espressamente vietato.

ART. 2 *Soggetti coinvolti dal presente regolamento*

- Titolari dei Colori (Singoli, Scuderie, Società) per le corse al galoppo in piano ed ostacoli regolarmente rilasciati o riconosciuti dall'U.N.I.R.E. secondo la normativa vigente.
- Società di Corse proprietarie o gestori di ippodromi in cui si svolgono corse al galoppo in piano ed ostacoli riconosciute dall'U.N.I.R.E.
- Allenatori Professionisti o Società di Allenamento regolarmente riconosciute.
- Personale destinato alla cura ed all'accompagnamento dei cavalli (Lad) in occasione di ogni singola corsa riconosciuta dall'U.N.I.R.E.
- Fantini professionisti.
- In ogni caso e per ciascun soggetto indicati nel presente articolo la pubblicità è permessa esclusivamente per uno sponsor ed un fornitore tecnico come definiti nel successivo Art. 3.

ART. 3 *Definizione di Sponsor, Sponsorizzazione, Fornitore Tecnico*

1. Si intende per sponsor il nome, il marchio, il logo, il prodotto e/o il servizio di un'azienda.
2. La Sponsorizzazione "è una relazione d'affari tra un fornitore di fondi, di risorse o di servizi, e un individuo, un evento o una organizzazione che offre in cambio diritti e associazione d'immagine che possono essere usati a vantaggio della propria attività commerciale" (definizione riconosciuta ed usata a livello internazionale di S. Sleight).
3. Il nome ed il logomarchio che contraddistinguono Titolari dei Colori, Allenatori Professionisti o Società di Allenamento e Società di Corse/Ippodromi dove si svolge la corsa non sono considerati sponsor e la regolamentazione di marchi e logomarchi è quella prevista dalla normativa dell'auto-pubblicità.
3. Si intende per Fornitore Tecnico, l'azienda, il nome ed il logomarchio di colui che effettivamente produce i capi di abbigliamento e gli accessori.

ART. 4 *Titolari dei Colori, opportunità di sponsorizzazione*

1. Giubba e berretto sono esclusiva dei Titolari dei Colori ed in esclusiva possono essere destinati ad attività di sponsorizzazione o auto-pubblicità.
2. I Titolari dei Colori, hanno a disposizione spazi pubblicitari anche su coperte ed abbigliamento del Personale destinato alla cura ed all'accompagnamento del cavallo e dovranno essere gli stessi presenti su giubba e berretto (vd. Art. 2) e secondo quanto previsto dal successivo Art. 5.
3. Il criterio per la misurazione della pubblicità è il seguente: si misurano - vuoto per pieno - le singole unità di cui si compone il marchio, intendendo per "unità": nel caso di scritte, ogni singola parola; nel caso di loghi, l'intera superficie dell'elaborazione grafica costituente il logo. Si considera superficie di ogni singola unità (parola o logo) la forma geometrica piana regolare nella quale l'unità può essere inscritta.
4. La pubblicità dello sponsor è consentita sul davanti della giubba nello spazio compreso fra il colletto ed il limite individuato dalla linea del gomito e la superficie totale occupata dalla stessa non deve superare i 206 cm². In alternativa, ferma restando la superficie totale indicata, è permessa la pubblicità sulle maniche (n. 2 spazi di 103 cm² ciascuno). La pubblicità dello sponsor è altresì consentita sul berretto, sul colletto della giubba e sulle coperte secondo le seguenti specifiche (dim. max):

- berretto: una in posizione frontale di 8 cm x 4 cm (tot. 32 cm²)
 - colletto: due, una per lato, di 3.8 cm x 10.2 cm ciascuna.
 - coperta: due nella parte posteriore in basso con dimensione massima di 30 x 40 cm (tot. 1200 cm²)
5. Le giubbe ufficiali da corsa recanti i marchi degli sponsor devono in ogni caso essere presentate, controllate ed approvate dall'U.N.I.R.E. secondo quanto previsto dal successivo Art. 8.
 6. Ai Titolari dei Colori, agli Allenatori Professionisti ed alle Società di Allenamento la pubblicità dello sponsor non è consentita sui pantaloni e sugli stivali dei fantini.
 7. Sono vietati slogan di natura politica, confessionale o razziale. Sono altresì vietate pubblicità per i seguenti prodotti e/o settori merceologici: tabacco, occultismo, armi, pornografia.

ART. 5 Allenatori Professionisti e Società di Allenamento, opportunità di sponsorizzazione

1. L'Allenatore Professionista o la Società di Allenamento, se autorizzati ed in accordo anche economico con il Titolare dei Colori, può proporre, disporre e stipulare contratti di sponsorizzazione e fornitura nel rispetto degli Art. 4, 6 e 8, quando il Titolare dei Colori non abbia altri contratti in essere.
2. Agli Allenatori Professionisti e Società di Allenamento è consentito stipulare contratti di sponsorizzazione e fornitura esclusivamente per le coperte e l'abbigliamento del Personale per l'accompagnamento dei cavalli tenuto conto da quanto previsto dall'Art. 4 commi 1 e 2.
3. L'Allenatore Professionista o la Società di Allenamento può proporre e stipulare contratti di sponsorizzazione collettivi riassunti in un unico accordo purchè sottoscritto da tutti gli interessati e tenuto conto da quanto previsto dall'Art. 4.

ART. 6 Personale per accompagnamento, opportunità di sponsorizzazione

1. La pubblicità è consentita esclusivamente sui seguenti capi di abbigliamento:
 - giacche esterne, felpe, pullovers, magliette, camice
 - cappellini ed altri copricapo
2. Gli spazi sono a gestione esclusiva dei Titolari dei Colori e per quanto previsto dall'Art. 5.
3. Sono consentiti due spazi, uno sull'abbigliamento esterno, uno sui cappellini e comunque tenuto conto quanto previsto dall'Art. 4. Per giacche, sweatshirts, pullovers e magliette la pubblicità è consentita esclusivamente sulla parte posteriore con una dimensione massima di 206 cm²; per i cappellini è previsto uno spazio complessivo di cm² 40 in posizione frontale oppure due di cm² 20 ciascuno in posizione laterale.
4. Tenuto conto di quanto previsto dagli Art. 4 e 5, è consentito stipulare accordi con Fornitori Tecnici. Il marchio od il logomarchio del Fornitore Tecnico, purchè non in conflitto con quello dello sponsor, potrà essere apposto secondo le seguenti specifiche:
 - giacche esterne, sweatshirts, pullovers, magliette: uno spazio sul davanti in alto a destra di cm² 81 come dimensione massima.
 - cappellini: uno spazio sulla parte posteriore di cm 5x cm 2 cm o dimensione massima di cm² 10.
5. E' consentita a Titolari dei Colori e Allenatori o Società di Allenamento l'auto-pubblicità: uno spazio ciascuno a destra e sinistra del petto in simmetria tra loro di dimensione massima per ognuno degli spazi di cm² 64 (es. cm 8x8). Titolari dei Colori, Allenatori o Società di Allenamento possono cedere, a condizione che sia esplicitamente pattuito e che l'accordo ed il logo completo sia stato registrato secondo normativa, gli spazi loro destinati alle Società di Corse/Ippodromi (Art. 10) o ad eventuali Fornitori Tecnici (Art. 8).
6. Il Personale destinato all'accompagnamento dei cavalli è obbligato ad indossare il materiale fornito loro dai Titolari dei Colori o dagli Allenatori Professionisti o Società di Allenamento (Art. 5) attenendosi oltre a quanto previsto dal presente Regolamento a quanto stabilito dal Regolamento Generale dell'U.N.I.R.E.

ART. 7 Fantini Professionisti, opportunità di sponsorizzazione

1. Ai Fantini è consentito stipulare contratti di sponsorizzazione. Per la pubblicità di sponsor e fornitori tecnici, sono esclusiva dei Fantini i pantaloni, gli stivali, i guanti, il frustino e gli occhiali.
2. La pubblicità è consentita tenuto conto di quanto previsto dagli Art. 2 e 8.
3. Allo sponsor sono destinati esclusivamente gli spazi sui pantaloni. La pubblicità su stivali, occhiali, guanti e frustino è permessa esclusivamente al Fornitore Tecnico.
4. Per la misurazione si applica quanto previsto dall'Art. 4 comma 3.
5. La pubblicità dello sponsor sui pantaloni è consentita secondo le seguenti specifiche tecniche: superficie totale dello spazio cm^2 400 da suddividere in due spazi, uno per gamba di cm^2 200 ciascuno;
6. La pubblicità del fornitore tecnico è consentita secondo le seguenti specifiche tecniche:
 - occhiali/maschera: n. 2 spazi sulla fascia elastica, uno per lato di 4 cm di altezza per 6 cm di lunghezza (dim. max)
 - pantaloni: n. 1 spazio di dimensione max di cm^2 10 nella parte posteriore all'altezza della cintola.
 - stivali, guanti, frustino: la pubblicità del fornitore tecnico è libera ad eccezione di quanto previsto dall'Art. 3 comma 3.
7. E' consentita la sponsorizzazione e la fornitura di giacche esterne, felpe, pullovers, magliette, scarpe sportive, cappellini che potranno essere esposti nella aree riservate degli ippodromi ad eccezione di quanto previsto dal Regolamento delle Corse (Regolamento ex-Jockey Club)
8. In caso di conflitto merceologico con lo sponsor di Titolari dei Colori, Allenatori o Società di Allenamento questi hanno la priorità sugli sponsor dei Fantini Professionisti. Forme di compensazione, se di natura economica, dovranno essere concordate tra le parti.

ART. 8 Pubblicità del Fornitore Tecnico

1. Il fornitore dell'abbigliamento sportivo deve essere necessariamente il produttore dello stesso (Art. 3 comma 3).
2. Ai Fornitori Tecnici è consentito di apporre il loro marchio purchè non in conflitto con quello dello sponsor sui seguenti capi e secondo le seguenti specifiche tecniche:
 - giacche esterne, sweatshirts, pullovers, magliette: uno spazio sul davanti in alto a destra di cm^2 81 (es. cm 9x9) come dimensione massima.
 - cappellini: uno spazio sulla parte posteriore di 5,5 cm x 2,00 cm come dimensione massima (cm^2 11).
 - pantaloni, stivali, occhiali dei fantini come da specifiche all'Art. 7.
3. Per la misurazione dei marchi si applica il criterio di cui all'Art. 4 comma 3 della presente normativa.

ART. 9 Disposizioni generali

1. La responsabilità del rispetto della normativa è a totale carico del titolare del contratto di sponsorizzazione.
2. I titolari dei contratti sono tenuti ad ottenere l'approvazione da parte dell'U.N.I.R.E. prima di usare le divise in gare di competizioni ufficiali riconosciute dallo stesso U.N.I.R.E. (Art. 12), fermo restando quanto previsto al punto 2 dell'articolo 13 circa il mero deposito dei documenti.
3. I Commissari deferiranno ai competenti Organi Disciplinari, con richiesta di sanzioni, i Titolari dei Contratti che:
 - in occasione di gare ufficiali, abbiano ad apporre marchi e/o scritte sull'abbigliamento di gara senza che sia stata richiesta ed ottenuta la preventiva autorizzazione dell'U.N.I.R.E. stesso;
 - disattendano il presente Regolamento per quanto riguarda le dimensioni, la localizzazione e l'ammissibilità di marchi, scritte o elementi grafici pubblicitari;

- si rendano comunque responsabili di violazioni dei regolamenti o delle disposizioni in materia emanate dall'U.N.I.R.E. stesso.

ART. 10 Società di Corse, opportunità di sponsorizzazione

1. Alle Società di Corse è riservata l'esclusiva e l'autonomia della gestione degli spazi e delle attività di sponsorizzazione delle aree dell'ippodromo compresa la pista da corsa escluso quanto previsto dagli Art. 4 comma 7 e Art. 13 del presente regolamento.
2. Alle Società di Corse è riconosciuta l'esclusiva della sponsorizzazione dei numeri di gara ed in occasione di eventi di particolare importanza a livello internazionale, nazionale e locale la sponsorizzazione della coperta del vincitore e la fornitura dell'abbigliamento del Personale per l'accompagnamento dei cavalli (Art. 6).
3. Nei casi previsti dal comma 2 la sponsorizzazione proposta dalla Società di Corse ha la priorità su quelle in essere dei Titolari dei Colori e da questi tacitamente e incondizionatamente accettata.
4. Posizione e dimensione dei marchi per i numeri di gara: area rettangolare posta sotto il numero di 37 cm di lunghezza e 11 cm di altezza e destinati ad un unico sponsor; per la coperta del vincitore non è prevista nessuna limitazione.

ART. 11 Regolamentazione e compensazione dei rapporti fra Società di Corse ed i Titolari dei Colori, Allenatori Professionisti e Società di Allenamento

1. Nei casi previsti dall'Art. 10 la compensazione è quantificata nel 10% del totale lordo del contratto di sponsorizzazione limitatamente a quanto previsto dallo stesso articolo comma 2; la compensazione è quantificata nel 10% del totale lordo del contratto di sponsorizzazione; la somma derivante dalla sopracitata percentuale verrà ripartita equamente fra i Titolari dei Colori dei cavalli "effettivamente partiti" nella corsa o nelle corse oggetto della sponsorizzazione.

ART. 12 Richiesta di Autorizzazione

Tutti i soggetti di cui agli Art. 4, 5, 6 e 7 che intendono avvalersi della facoltà di utilizzare sponsorizzazioni e/o pubblicità secondo quanto previsto dal presente regolamento, dovranno presentare idonea richiesta di autorizzazione all' U.N.I.R.E., corredando la stessa di un elaborato grafico dell'indumento o elemento - dal quale si evincano in modo chiaro dimensione e posizionamento del logo e della scritta di sponsorizzazione - che dovranno assicurare la piena riconoscibilità dei colori della scuderia da parte dei Commissari e Funzionari addetti al controllo e vigilanza delle corse - nonché di copia del versamento del diritto di segreteria, il cui importo sarà fissato anno per anno dall'Ente. Tale importo sarà dovuto per ogni sponsorizzazione richiesta.

ART. 13 Durata, modifiche e variazioni, sanzioni

1. La sponsorizzazione ha durata annuale e dovrà essere rinnovata alla scadenza secondo le modalità previste per il rinnovo dei colori ed attraverso il versamento dello specifico diritto di segreteria.
2. Per ogni modifica - sia per dimensione, collocazione, denominazione merceologica - sono previsti una nuova domanda ed il versamento di un nuovo diritto di segreteria. Il mero deposito di tali documenti costituisce implicita autorizzazione da parte dell'Ente, che però si riserva di effettuare - a mezzo dei Commissari e/o Funzionari addetti al controllo e vigilanza delle corse - delle verifiche a campione nelle giornate di corse circa la rispondenza tra quanto depositato e quanto emerso dalla verifica stessa. A tale scopo gli interessati sono tenuti a presentare, su semplice richiesta dei Commissari e/o Funzionari, copia della documentazione versata all'Ente in relazione alla richiesta di sponsorizzazione e/o pubblicità.
3. Gli importi derivanti dall'autorizzazione ad utilizzare sui capi di vestiario e/o elementi accessori le suddette sponsorizzazioni saranno incamerati direttamente ed interamente dall'U.N.I.R.E.
4. Contravvenire ad una o più delle presenti disposizioni comporta il pagamento di un importo pari a cinque volte il diritto di segreteria previsto.

U.N.I.R.E.
