

KODEKS REKLAMOWANIA ISAF - Publikacja z dn. 4.08 2000, uwaga do art 4 z dnia 17.08.2000

## KODEKS REKLAMOWANIA

Na Spotkaniu Rady ISAF w dniach 6-7 maja 2000, Rada zatwierdziła wprowadzenie Kodeksu Reklamowania, który ma wejść w życie 1 stycznia 2001. Przewodniczący Komisji Konstytucyjnej został upoważniony do dokończenia sformułowań oraz do określenia ostatecznej kolejności sformułowań Kodeksu w celu opublikowania w sierpniu. Ostateczne sformułowania są jak podano niżej.

Odniesienia do punktów oznaczają odniesienia do punktów występujących w samym Kodeksie Reklamowania a nie do jakichkolwiek innych Regulaminów ISAF.

Należy zauważyć, że niniejsze sformułowania zostaną przedłożone Radzie w listopadzie 2000 dla włączenia do Regulaminów ISAF i w związku z tym zastosowana będzie inna numeracja punktów.

### KODEKS REKLAMOWANIA ISAF

#### 1. Definicja Reklamowania

W rozumieniu niniejszego kodeksu, reklamowaniem jest nazwa, logo, hasło, opis, przedstawienie, ich odmiany lub zniekształcenie, lub jakakolwiek forma przekazu, która promuje organizację, osobę, produkt, usługę, markę lub pomysł w sposób mający zwrócić na nie zwrócić uwagę lub przekonać osoby lub organizacje do ich kupowania, aprobowania lub innego wspomaganie.

#### 2. Zasady ogólne

- 2.1 Na łodzi nie wolno umieszczać reklam z wyjątkiem gdy jest to wymagane lub dozwolone przez Kod Reklamowania ISAF.
- 2.2 Reklamy oraz dowolny przedmiot reklamowania muszą odpowiadać ogólnie akceptowanym normom moralnym.
- 2.3 Reklamy na żaglach muszą być wyraźnie oddzielone od liter przynależności państwowej i od numerów na żaglu.

#### 3. Reklamowanie

- 3.1 Podane niżej rodzaje reklamowania są dozwolone lub gdy są wymagane przez odpowiednie dokumenty i mają zastosowanie w dowolnym czasie:

##### (a) Łodzie i Deski żeglujące

Znak klasowy musi być noszony na żaglach wg. wymagań PRŻ, Dod. H

(b) (i) Łodzie

Na obu stronach dowolnego żagla może być umieszczony jeden znak żaglomistrza, który może zawierać nazwę lub markę producenta materiału żagla oraz wzór lub model żagla: znak taki musi mieścić się w kwadracie 150 mm x 150 mm. Na żaglach innych niż spinakery, żadna część takiego znaku nie może być umieszczona dalej od rogu halsowego niż większa z dwu odległości : 300 mm albo 15% długości liku dolnego.

(ii) Deski żeglujące

Na obu stronach żagla może być umieszczony jeden znak żaglomistrza, który może zawierać nazwę lub markę producenta materiału żagla oraz wzór lub model żagla i musi mieścić się w kwadracie 150mm x 150 mm. Żadna część takiego znaku nie może być umieszczona dalej od punktu rogu halsowego niż 20% długości liku dolnego żagla, włączając rękaw na maszt. Znak ten może być także noszony na dolnej połowie żagla ponad bomem, ale żadna jego część nie może być dalej niż 500 mm od rogu szotowego

(c) (i) Łodzie

Jeden znak producenta, który może zawierać nazwę lub znak konstruktora, może być umieszczony na kadłubie oraz jeden znak producenta może być noszony na każdej stronie drzewc oraz na każdej stronie innego wyposażenia, Znaki takie muszą mieścić się w kwadracie 150 mm x 159 mm.

(ii) Deski żeglujące

Dowolna liczba nazw lub logo producenta może być umieszczona na desce (kadłub) oraz w dwu miejscach w górnej jednej trzeciej żagla ponad bomem . Jeden znak producenta może być noszony na każdej stronie drzewc oraz na każdej stronie dowolnego innego wyposażenia.

(d) (i) Łodzie

Na przedniej części kadłuba, na obu burtach, wszystkich jachtów uczestniczących w danych regatach musi być umieszczona reklama wybrana przez organizatora regat i wymagana do niesienia, określona w sposób następujący:

- dla łodzi poniżej 6.5 m długości, 25% długości kadłuba, oraz
- dl łodzi powyżej 6.6 m długości, 20% długości kadłuba,

z wyłączeniem numerów (startowych) na dziobie. Jeżeli takie reklamy są wymagane, musi to być stwierdzone w Zawiadomieniu o Regatach. Jeżeli reklama dotyczy alkoholu lub tytoniu, słowo "musi" zostaje zastąpione słowem "może".

(ii) Deski żeglujące

Na deskach żeglujących nie ma zarezerwowanego miejsca na kadłubie dla organizatora regat.

Organizator regat sponsorowanych może zezwolić lub wymagać noszenia reklamy sponsora regat na obu stronach żagla, pomiędzy numerami na żaglu a bomem, na obu stronach żagla do tyłu od mediany liku dolnego oraz na wywieszce (bib) noszonej przez zawodnika.

- (e) zawodnicy mogą nosić reklamy na odzieży i wyposażeniu osobistym bez żadnych ograniczeń

3.2 W uzupełnieniu punktu 3.1, dodatkowe reklamowanie wybrane przez indywidualną łódź może być noszone w następujących kategoriach:

(a) Kategoria A

Nie wolno stosować dodatkowych reklam.

- (b) Dozwolone jest reklamowanie jak w Kategorii A i dodatkowo kadłuby, drzewca, i żagle mogą nosić reklamy, z wyjątkiem obszarów zarezerwowanych dla celów identyfikacji wg. Dodatku H.

3.3 Gdy sprzęt dostarczany jest przez organizatora regat, może on stosować na dostarczonym sprzęcie reklamowanie według Kategorii C.

**4. Dla wszystkich Klas ( z wyjątkiem gdy uczestniczą w regatach wymienionych w Rozdziale 6) – klasy ze statusem klasy ISAF, bez statusu klasy ISAF, Klasy Narodowe**

4.1 Prawo wyboru Kategorii A lub Kategorii C przysługuje wszystkim klasom ISAF, za wyjątkiem Klas Olimpijskich, które muszą stosować Kategorię C bez ograniczeń.

- 4.2 (a) Związki Klasowe Klas ISAF mogą zdecydować, że ich kategoria reklamowania będzie albo A albo C. Jeżeli Związek Klasy nie podejmuje decyzji, musi być stosowana Kategoria C.

- (b) Związki Klasowe klas bez statusu Klasy ISAF mogą zdecydować, że ich kategoria reklamowania będzie A lub C. Jeżeli Związek Klasy nie podejmuje decyzji, musi być stosowana Kategoria C.
- (c) Dla Klas Narodowych Narodowa Władza Żeglarska Klasy decyduje, że ich kategoria reklamowania będzie A lub C. Jeżeli Narodowy Związek żeglarski nie podejmuje decyzji, musi być stosowana Kategoria C.

*Uwaga: W wyniku błędu w komunikacji, Grupa Robocza nie wzięła pod uwagę zmiany w rozdziale 4 dokonanej przez Radę na spotkaniu na Cyprze. Gdyby zmiana ta była wprowadzona, tekst będący obecnie Rozdziałem 4(c) powyższego Kodeksu miałby brzmienie:*

***"4(b) Dla klas nie mających statusu Klasy ISAF, Narodowy Związek Żeglarski danej klasy decyduje o stosowaniu Kategorii A lub C. Jeżeli Narodowy Związek nie podejmie decyzji, stosować należy Kategorię C."***

*Zmiana ta stosuje przepis uznając poprzednio oddzielne kategorię Klas Narodowych jako część większej grupy klas nie mających statusu Klasy ISAF oraz postanawia, że Władza Narodowa musi wybrać Kategorię A lub C dla wszystkich klas nie posiadających statusu ISAF.*

*To co jest punktem 4(b) Kodeksu zostało wprowadzone przez Grupę Roboczą aby wypełnić postrzeganą lukę i miałyby obecnie zniknąć ponieważ przepis stosujący się na początku do Klas Narodowych został rozszerzony na wszystkie klasy nie posiadające statusu ISAF*

*Przewodniczący Grupy Roboczej ubolewa z powodu niedopatrzenia w Raporcie, które doprowadziło do błędu w Kodeksie w formie w jakiej został opublikowany.*

*W wyniku znaczącej zmiany wprowadzonej w poprzednich zasadach Kodeksu przez zmiany jakie Rada dokonała w punkcie 4.2 jak to określa Dodatek A Protokołu Rady z posiedzenia na Cyprze, Rada zostanie poproszona w czasie wstępnego spotkania w sobotę, 4 listopada, 2000, o powtórne rozważenie zmian jakie wprowadziła do punktu 4.2.*

4.3 Jeżeli klasa nie podejmie decyzji, zawodnik musi określić status łodzi/deski jako Kategorię A lub Kategorię C.

4.4 Jeżeli wybrana jest Kategoria C, jedynie Narodowy Związek Żeglarski może wprowadzić System Licencjonowania Reklamowania Indywidualnego w celu zezwolenia swym zawodnikom na noszenie reklam na ich łodziach/deskach żeglujących. (Naruszenie wymagań systemu licencji Narodowego Związku nie może być przedmiotem protestu na podstawie niniejszego Kodeksu).

4.5 Dla regat klubowych lub regat zapraszających uczestników organizator może ograniczyć reklamowanie do Kategorii A, za aprobatą Władzy Narodowej klubu organizatora.

4.6 Jeżeli zostaje przyjęte reklamowanie wg. Kategorii C, Klasy ISAF (z wyjątkiem klas olimpijskich) oraz klasy nie posiadające statusu Klas ISAF (włączając Klasy Narodowe) mogą określić maksymalny zakres noszenia reklam. Ewentualne ograniczenia w obrębie Kategorii C muszą być włączone do Przepisów Klasowych i

podlegają zatwierdzeniu przez Radę ISAF. Klasy Olimpijskie nie mogą ograniczać Kategorii C w żaden sposób.

4.7 Z wyjątkiem postanowień w punktach 3.1 oraz 3.3 prawo do posiadania jakiegokolwiek reklamy lub wszystkich reklam na kadłubach, żaglach i drzewcach jest wyłącznym prawem oraz zależy od wskazań zawodnika chyba że prawo takie będzie zakontraktowane lub przyznane innym według uznania zawodnika.

#### 5. Systemy Wyrównawcze oraz Systemy Wartości Regatowej

Władza Narodowa zawodnika właściwa dla łodzi, w której zawodnik uczestniczy może zdecydować, że status reklamowania jaki ma być stosowany do łodzi współzawodniczącej w systemie z wyrównaniem lub oparty na systemie wartości regatowej (rating) będzie A lub C. Jeżeli zostaje przyjęta Kategoria C, Władza Narodowa danego zawodnika może określić maksymalny zakres reklamowania. Jeżeli Władza Narodowa nie określa zakresu, stosuje się Kategorię C.

Jakakolwiek "Klasa" (patrz definicja Klasy) lub łódź indywidualna współzawodnicząca w systemie z wyrównaniem lub wg. wartości regatowej muszą mieć określoną kategorię reklamowania zgodnie z powyższymi postanowieniami.

#### 6. Regaty Specjalne / Regaty Klas / Regaty ISAF

6.1 Dla takich regat obowiązuje Kategoria C

6.2 ISAF zastosuje System Reklamowania Regat i / albo System Reklamowania Indywidualnego dla łodzi uczestniczących w następujących regatach:

- (i) Regaty Specjalne  
Mecz o Puchar Ameryki oraz serie eliminacyjne Challengeira/Obrońcy  
Oceaniczny Wyścig Volvo  
Światowe Wyścigi Oceaniczne  
Wyścig przez Ocean  
Regaty Profesjonalnego Związku Windsurfinngu
- (ii) Regaty Klas  
Międzynarodowa Klasa Pucharu Ameryki  
Volvo 60  
Maxi One Design  
Otwarta Klasa Jednokadłubowa 60 (włącza Otwartą klasę 50)  
Otwarta Klasa Wielokadłubowców 60  
Klasy PWA  
Cykl Grand Prix 49'er

- (ii) Propozycje innych Regat Specjalnych i / albo Regat Klas i równym lub podobnym statusie mogą być przedkładane Radzie do zatwierdzenia z inicjatywy Komitetu Wykonawczego lub po zgłoszeniu przez organizatora regat (za aprobatą odpowiedniej Władzy Narodowej) do Komitetu Wykonawczego i po otrzymaniu jego zgody do zatwierdzenia przez Radę.

(iii) Regaty ISAF

Mistrzostwa Świata ISAF Młodzieży  
 Połączone Mistrzostwa Świata ISAF Klas Olimpijskich  
 Mistrzostwa Świata ISAF w Żeglarskim  
 Mistrzostwa Świata ISAF w Regatach Meczowych  
 Mistrzostwa Świata ISAF Kobiet w Regatach Meczowych  
 Mistrzostwa Świata ISAF w Regatach Zespołowych  
 Mistrzostwa Świata ISAF w Jachtach Kilowych Kobiet

Każde inne Regaty ISAF jakie mogą być wprowadzone.

## 7. Oplaty

- 7.1 Od wszystkich łodzi niosących reklamy wg. Kategorii C zgodnie z punktami 4 i 5 może być wymagana opłata – ale tylko na rzecz Władzy Narodowej (nie ma udziału dla ISAF lub jakichkolwiek innych Władz Narodowych).
- 7.2 Wszystkie Regaty wymienione w punkcie 6, gdzie noszone są reklamy według Kategorii C muszą wnieść opłaty na rzecz ISAF (bez żadnego udziału dla jakiegokolwiek Władzy Narodowej).

*(Uwaga: Punkty 7.1 i 7.2 będą poddane rewizji po 2 latach (listopad 2003), zanim zostanie podjęta ostateczna decyzja o podziale opłat.)*

## 8. Oplaty wpisowego

Nie będzie różnicowania opłat za wpisowe za łódź w jakim zawodnik uczestniczy ze względu na kategorię reklamowania zawodnika.

## 9. Protesty na podstawie niniejszego Kodeksu

- 9.1 Gdy po ustaleniu faktów komisja protestowa zdecyduje, że łódź lub jej załoga złamała jakiś punkt niniejszego Kodeksu, musi ona:
- (a) udzielić ostrzeżenia; lub
  - (b) zdyskwalifikować łódź zgodnie z PRŻ 64.1; lub

- (c) zdyskwalifikować łódź w więcej niż jednym wyścigu lub z całej serii wyścigów gdy uzna że złamanie przepisu zasługuje na poważniejszą karę; lub
- (d) działać na podstawie PRŻ 69.1 gdy uzna, że mogło nastąpić poważne wykroczenie.

## 10 Definicje

Następujące definicje mają zastosowanie jedynie w stosunku do tego Kodeksu:

### (a) "Wszystkie Klasy"

Określenie zawiera wszystkie Klasy jak zdefiniowano poniżej i musi objąć Klasy, które są uznane za Klasy ISAF jak również Klasy, które nie są uznane za Klasy ISAF.

### (b) "Klasa"

Oznacza Klasę łodzi / deski żeglującej które odpowiadają specyfikacjom fizycznym mającym na celu pozwolić na współzawodniczenie w obrębie Klasy i która nie ograniczając ogólności powyższego, obejmuje Klasy o specyfikacjach typu monotyp, ograniczone oraz rozwojowe, ponieważ określenia te stosowane są powszechnie oraz dla których istnieje organizacja administrująca sprawami Klasy mająca:

- (i) Zarząd Wykonawczy lub podobne ciało administrujący Klasą,
- (ii) członkostwo otwarte dla wszystkich właścicieli łodzi / desek żeglujących, które odpowiadają specyfikacjom Klasy. oraz
- (ii) która organizuje raz na rok zebranie członków i która informuje o takim zebraniu.

### (c) "Regaty klubowe lub na zaproszenie"

Regatami klubowymi są regaty, które są sponsorowane, organizowane lub prowadzone przez Klub mający żeglarstwo jako jedno ze swych działań. Regatami na zaproszenie są to takie w których uczestnicy są zapraszani a które nie są otwarte dla uczestniczącej klasy inaczej niż za zaproszeniem.

Uznany jachtklub, goszczący regaty nie będące kwalifikującymi w żaden sposób do regat Klasy Międzynarodowej, może zadeklarować Regaty Kategorii "A" ogłaszając, że są to regaty "na zaproszenie", po zgłoszeniu tego do odpowiedniej Władzy Narodowej.

(d) "Długość kadłuba"

Dla potrzeb niniejszego Kodeksu Długość Kadłuba zdefiniowana jest w odpowiednich przepisach Klasowych jako Długość Kadłuba lub jako jakikolwiek równorzędny wymiar zmniejszony o wymiar przyległości kadłuba a gdy sposób pomiaru nie jest określony w przepisach klasowych, Długość Kadłuba i Przyległości Kadłuba mają znaczenie zdefiniowane w Przepisach Sprzętu Żeglującego (ERS), D.3.1 oraz E.1.1.

(e) "Organizator"

Definicja jak w PRZ 87.1

(f) "Zawodnik"

Oprócz znaczenia normalnego, określenie zawodnik w odniesieniu do łodzi obejmuje dowolną osobę, która ma prawo używania łodzi jako właściciel lub w wyniku czarteru, wypożyczenia lub inaczej.

(g) "Reklamowanie przez zawodnika"

W odniesieniu do jakiejś łodzi jest to reklamowanie, które jest niesione przez łódź, jej wyposażenie lub przez osobę lub wyposażenie zawodnika lub zawodników jako warunek lub wynik wniesienia opłaty dla niego lub w wyniku wskazania jednego lub więcej zawodników w odniesieniu do takiej łodzi.

(h) "Inne reklamowanie"

Reklamowanie inne niż przez zawodnika.

---