

Kodeks reklamowania Polskiej Floty Klasy Korsarz



1.0 Definicje

- „Reklama”** nazwa, logo, slogan, opis, forma graficzna, ich odmiana lub przekształcenie, a także jakakolwiek inna forma komunikacji, która promuje organizację, osobę, produkt, usługę, markę lub pomysł, mająca zwrócić uwagę lub zachęcić osoby lub organizacje do zakupu produktu, aprobaty lub jakiegokolwiek formy poparcia.
- „Numer na dziobie”** identyfikator przydzielony **łodzi** przez organizatora regat, który musi być umieszczony w części dziobowej tej **łodzi**. Może stanowić kombinację liter i cyfr i może zawierać Reklamę.
- „Kodeks”** niniejszy regulamin wraz z dołączonymi tabelami i rysunkami
- „Zawodnik”** osoba, która znajduje się na pokładzie **łodzi**, będącej w Wyścigu (zdefiniowanym poniżej) z wyłączeniem osób będących na pokładzie z polecenia Organizatora Regat lub komisji regatowej.
- „W wyścigu”** okres zdefiniowany w Przepisach Regatowych Żeglarsstwa (PRŻ)

2.0 Przepisy ogólne

- 2.1 Umieszczanie reklam na **łodzi**, **sprzęcie osobistym** lub jakimkolwiek innym przedmiocie na pokładzie **łodzi** może nastąpić zgodnie z niniejszym Kodeksem, przepisami klasowymi oraz wymogami Organizatora regat. Umieszczanie reklam, które nie jest dozwolone na mocy niniejszego Kodeksu, jest zabronione.
- 2.2 Niniejszy Kodeks jest ważny dla **łodzi** i Zawodników będących w wyścigu i podczas wszelkich innych sytuacji w nim opisanych.
- 2.3 Reklamowanie i przedmiot reklamy muszą pozostawać w zgodzie z ogólnie przyjętymi standardami moralnymi i etycznymi. Reklama, która ma charakter polityczny, religijny, lub propagandy na tle rasowym, nie może być umieszczana na **łodzi**, **wyposażeniu osobistym** lub jakimkolwiek innym nośniku na pokładzie **łodzi** będącej w wyścigu. Należy również wziąć pod uwagę lokalne uwarunkowania państw, które może ograniczać reklamowanie na obszarze swego terytorium lub wód terytorialnych.
- 2.4 Zawodnik może zdecydować się nie zamieszczać Reklamy wymaganej zgodnie z przepisami pkt. 4.0, która dotyczy alkoholu lub wyrobów tytoniowych lub, z którą zawodnik rzeczywiście nie zgadza się z uwagi na istotne przyczyny moralne, polityczne lub religijne.

- 2.5 Reklama na **żaglu** musi być wyraźnie odseparowana od liter przynależności państwowej, numerów na żaglu i logo klasy.

3.0 Reklamowanie zawodników

- 3.1 Każdy zawodnik może, w porozumieniu z Zarządem Polskiej Floty Klasy Korsarz, umieścić reklamę na **wyposażeniu osobistym**, za wyjątkiem kamizelek dostarczonych przez Organizatora, które będą noszone zgodnie z przepisem 4.2

4.0 Reklamowanie regat

- 4.1 W oparciu o odrębne przepisy Organizator regat może wymagać aby łodzie prezentowały Reklamy przedstawione w niniejszym przepisie, pod warunkiem, że taki wymóg przedstawiony jest w zawiadomieniu o regatach i że Organizator Regat dostarczy dla **łodzi** wymagane materiały (naklejki, itd.):
- 4.1.1 Numery na dziobie w każdym przypadku
- 4.1.2 Reklamy podczas wyścigu zgodnie z zapisami tabeli 1

Tabela 1 – Reklamy Imprezy
Dozwolone reklamy

Kadłub	Bom	Żagle
do 25% długości kadłuba	nie przekraczające 20% długości bomu	Brak reklam

- 4.2 Zawodnicy zobowiązani są do noszenia kamizelek, lub ich odpowiednika, podczas wszystkich imprez na których jest to wymagane, zgodnie z zawiadomieniem o regatach oraz instrukcją żeglugi. Zamieszczanie reklam na takiej kamizelce, lub jej odpowiednika zarezerwowane jest dla Organizatora.

5.0 Powierzchnie reklamowe

- 5.1 Dopuszcza się powierzchnie reklamowe dla sponsora jachtu oraz sponsora regat – rys.1

6.0 Opłaty

- 6.1 Łodzie i Zawodnicy nie będą obciążani opłatą za zamieszczanie Reklam zgodnie z niniejszym Kodeksem.

7.0 Protesty

- 7.1 Jeśli, po ustaleniu faktów, zespół protestowy zdecyduje, że **łódź** i/lub **Zawodnik** naruszyli przepisy niniejszego Kodeksu, może:
- 7.1.1 ostrzec Osobę Odpowiedzialną za łódź lub Zawodnika; lub
 - 7.1.2 nałożyć karę na łódź; lub
 - 7.1.3 dokonać innych ustaleń uznanych za sprawiedliwe, którym może być także odstąpienie od kary.

Rys. nr 1 - Powierzchnie reklamowe dla sponsora jachtu, nazwy łódki oraz sponsora regat



Rys. nr 2 – Przykładowa powierzchnia sponsora łódki



© Angela Kausche, 2012