

MANUAL DE OPERACIONES SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES TEMPORADA 2022



Real Federación Española
de Automovilismo



Real Federación
Española de
Automovilismo

MANUAL DE OPERACIONES SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES TEMPORADA 2022



1. PRESENTACIÓN
2. INTRODUCCIÓN
3. BRANDING
4. SOPORTES DE IMAGEN
5. RADIO
6. STREAMING Y DIFUSIÓN AUDIOVISUAL
7. MARKETING, PRENSA Y PROTOCOLO
8. CEREMONIA DE SALIDA
9. SERVICE PARK
10. ENTREGA DE TROFEOS
11. S-CER VIRTUAL
12. ACREDITACIONES
13. CUADRO DE PENALIZACIONES
14. RESUMEN DE IMPORTES ECONÓMICOS A CARGO DEL ORGANIZADOR



1. PRESENTACIÓN



Este Manual de Operaciones, con carácter plenamente reglamentario, asiste al organizador de cada una de las pruebas del SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES (S-CER) en una serie de aspectos relacionados principalmente con el marketing, la imagen corporativa, la difusión, etc...

Además de las obligaciones expresamente recogidas en este Manual y de las estipulaciones marcadas en el convenio de organización suscrito entre el organizador y la RFEDA, se requerirá, como norma general, de la mayor colaboración posible por parte del organizador para poder implementar los diferentes acuerdos de patrocinio propios del S-CER que redundan en beneficio de cada una de las pruebas de su calendario.

Para cualquier duda o ampliación de información, petición de materiales gráficos, solicitudes de aprobación de diseño, consulta de eventualidades concretas y, en general, en todo a lo que se refiere a los aspectos tratados en este Manual de Operaciones diríjense a:

BORJA ÁLVAREZ

borja.alvarez@rfeda.es

649 19 26 83

2. INTRODUCCIÓN



- 1) En todas las pruebas puntuables del SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES, es obligatorio implementar la imagen oficial del S-CER así como de sus diferentes patrocinadores.
- 2) La organización de cada prueba puntuable designará, al menos con una antelación de tres meses respecto de la fecha de celebración de la prueba, una persona responsable para centralizar y canalizar todos los aspectos relacionados con la imagen pública de las pruebas puntuables. Esta persona, que puede compartir funciones con las tareas de prensa y protocolo, trabajará de manera conjunta con el Departamento de Marketing del S-CER.
 - Contacto: BORJA ÁLVAREZ
 - Borja.alvarez@rfeda.es
- 3) Para la correcta implementación de la imagen solicitada se deberá utilizar el presente Manual de Operaciones que será distribuido a los organizadores.
- 4) Será requisito indispensable, antes de su publicación, bien sea en soporte físico o virtual, remitir el elemento de imagen en cuestión (placa, cartel, photocall, arco, banner tv y set streaming) a Borja.alvarez@rfeda.es que validará de manera expresa el documento remitido o aportará las indicaciones concretas para su corrección. Si en el plazo de 72 horas desde la remisión del elemento de imagen en cuestión no se obtuviera ninguna respuesta por parte de la RFEDA, dicho elemento se entenderá tácitamente aprobado y, por lo tanto, validado para su publicación.



3. BRANDING/WORDING



SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES¹
S-CER²
#SuperCER³

- 1 - Denominación completa*
- 2 - Denominación abreviada*
- 3 - Denominación en RRSS*

3. BRANDING



SOPORTES DE IMAGEN

El S-CER facilitará el acceso a los diferentes materiales (logotipos y simulaciones) a implementar con el fin de homogeneizar la identidad corporativa del campeonato. Estos artes finales no pueden ser, salvo autorización expresa, alterados por terceros.



3. BRANDING



LINKS DE DESCARGAS (logotipos y ejemplos soportes)



[https://www.rfeda.es/docs/2022/Comunicacion/ImagenCorporativa/SCER/SCER%2BPA
TROCINADORES.zip](https://www.rfeda.es/docs/2022/Comunicacion/ImagenCorporativa/SCER/SCER%2BPA
TROCINADORES.zip)

4. SOPORTES DE IMAGEN



ALCANCE DE LA OBLIGATORIEDAD

EL ALCANCE DE LA OBLIGATORIEDAD DE ESTE MANUAL DE OPERACIONES ABARCA **TODOS LOS ELEMENTOS DE IMAGEN DE LA PRUEBA.**

EN CONSECUENCIA, **TODOS** DEBERÁN SER VALIDADOS PREVIAMENTE A SU PUBLICACIÓN Y/O PRODUCCIÓN.

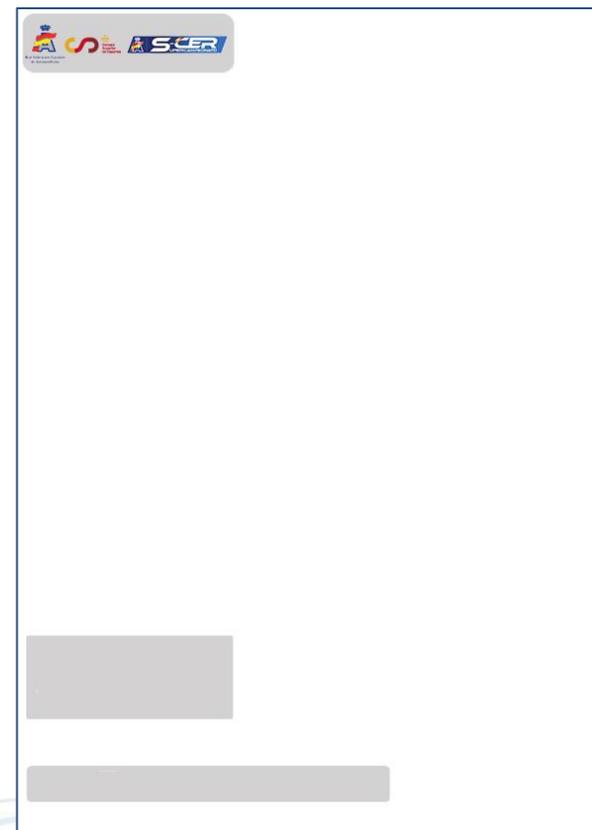
LOS ELEMENTOS QUE, EN LAS SIGUIENTES PÁGINAS, SE DETALLAN SON LOS MÁS HABITUALES PERO **TODOS** LOS ELEMENTOS DE IMAGEN CON TRANSCENDENCIA PÚBLICA DEBERÁN ESTAR VALIDADOS.

4. SOPORTES DE IMAGEN



1. CARTEL

- Deberá prever una reserva de espacio para el *poo*/de patrocinadores del S-CER.
- Esta reserva de espacio será:
 - En tamaño A4 (210x297 mm)
 - Banner superior: 75x21 mm
 - Banner inferior horizontal: 130x15 mm o vertical: 75x34mm
 - En tamaño A3 (297x420 mm)
 - Banner superior: 106x29,7 mm
 - Banner inferior horizontal: 184x21 mm o vertical: 106x48 mm
- La ubicación preferencial del espacio reservado para la pastilla del S-CER será en la parte inferior izquierda del cartel.
- Los logotipos corporativos de RFEDA y CSD estarán ubicados en la zona de logotipos institucionales junto a las entidades locales.
- Deberá ser aprobado por la RFEDA antes de su publicación y/o producción.



Fondo gris: espacio S-CER
Fondo blanco: espacio organizador

4. SOPORTES DE IMAGEN



2. DOCUMENTOS OFICIALES

The image shows a document page with a header containing logos for the Spanish Federation of Motor Sports (RFEDA), the Spanish Federation of Automobile Clubs (RFEDA), and S-CER. Below the logos is a table with multiple columns and rows, likely representing a schedule or list of events. The table has a blue header and contains various entries with numerical and text data.

Fondo gris: espacio S-CER
Fondo blanco: espacio organizador

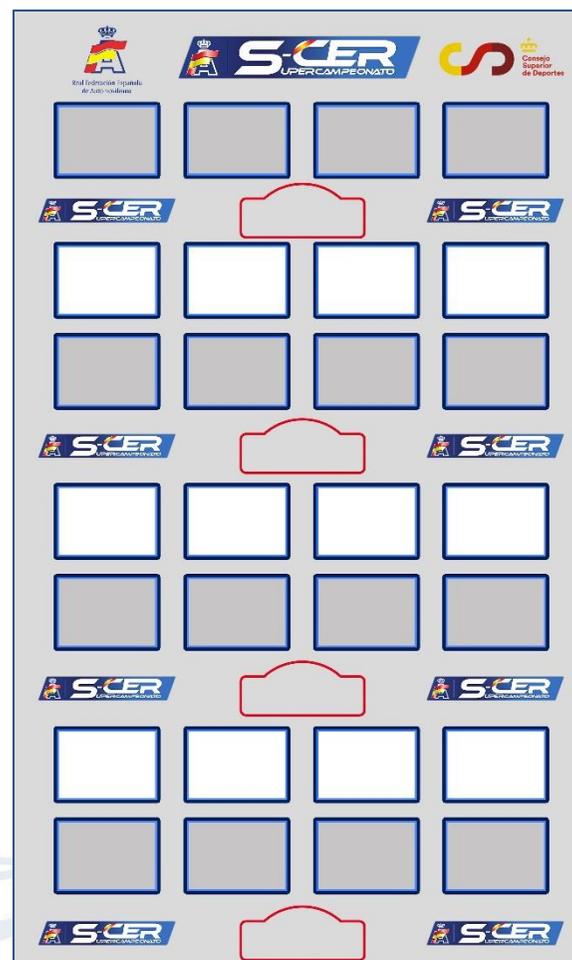
4. SOPORTES DE IMAGEN



3. PHOTOCALL ENTREVISTAS¹

Este soporte será producido desde el dispositivo de marketing del S-CER tras la indicación de los logotipos propuestos por el organizador y a cargo del mismo.

Cualquier otro soporte de imagen tipo photocall que el organizador quiera producir para usos como: rueda de prensa, elección orden de salida, pódium entrega de premios... deberá ser validado expresamente por el dispositivo de marketing del S-CER.



Fondo gris: espacio S-CER
Fondo blanco: espacio organizador

¹Coste aprox 120 €

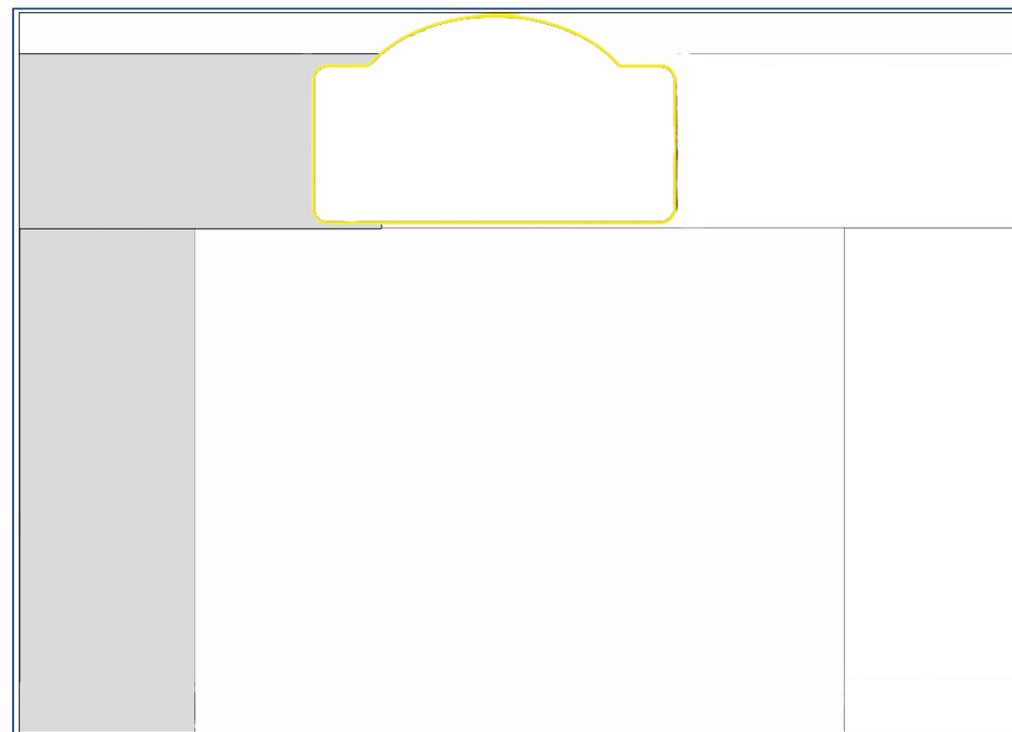
4. SOPORTES DE IMAGEN



4. ARCO SALIDA/META

El Organizador deberá prever un pódium de construcción sólida, con rampa de acceso y de salida adaptada a los vehículos que participan.

Este pódium, en cualquier configuración planteada y validada, deberá contener la imagen de los patrocinadores, de una forma clara y a la vista del público.



Fondo gris: espacio S-CER
Fondo blanco: espacio organizador

4. SOPORTES DE IMAGEN



5. PUBLICIDAD ESTÁTICA¹

El organizador se compromete a comunicar, con la debida antelación, su dispositivo de publicidad estática en cualquier parte del recorrido de la prueba para el objetivo de la mejor coordinación posible de cara a la consecución del mayor retorno de difusión.

El organizador se compromete a, con la mayor diligencia posible, controlar y retirar en su caso, publicidades no autorizadas y lesivas tanto para sus intereses como los propios del certámen.*

Los soportes utilizados (tipo de material) serán comunicados y validados necesariamente.



*Consultar nueva redacción Artículo 8 PCCCTCE

¹Coste aprox 175 €

4. SOPORTES DE IMAGEN



7. PÁGINA WEB

El organizador deberá disponer de una página web en la que figure toda la información de la prueba así como la referencia clara con links activos hacia la web del S-CER.

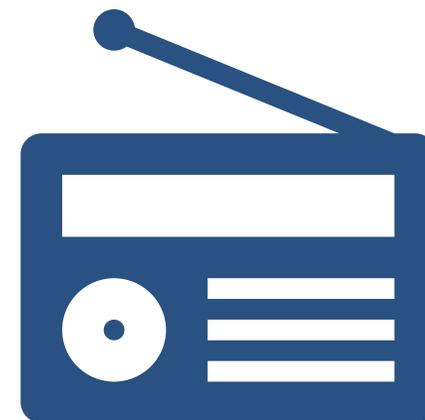
5. RADIO



EMISORA OFICIAL

- Será obligatorio la implementación de una “radio oficial”.
- La radio oficial deberá:
- Retransmitir íntegramente el evento con presencia física, al menos, en cada uno de los finales de tramo.
- Realizarse íntegramente en castellano.
- Contar con señal vía online.
- Contar con señal vía FM.

- La RFEDA cuenta con dos empresas validadas de obligatoria implantación (salvo excepciones solicitadas y concedidas):
 - Fórmula Motor:
 - Ian Montgomery (609 988 865)
 - formulamotordiario@gmail.com
 - Top Motor:
 - Marisa Pereda (609 401 982)
 - marisa@topcantabriafm.com



6. STREAMING TV



El *streaming*, como herramienta fundamental en la retransmisión de los eventos, contará con la total colaboración del organizador que asistirá en todo momento al dispositivo de marketing del S-CER.

De esta manera se podrán atender las peticiones del organizador en cuanto a los diferentes objetivos a conseguir (tramos a cubrir, señales distribuidas, invitados, set...).

La producción será realizada “llave en mano” por parte del S-CER atendiendo los objetivos planteados por el organizador que contribuirá económicamente al proyecto.



6. STREAMING TV



1. DETALLE DISPOSITIVO

Emisión ceremonia de salida.
Emisión de dos tramos en una única jornada (sábado).
Set con narrador y comentarista.

Cámaras:

- Salida de tramo
- Control stop
- Recorrido tramo (3)
- Dron (a confirmar según interés recorrido)
- Cámaras onboard (2)
- Cámara set

Grafismos y tiempos en pantalla.
Posibilidad de cesión de señal limpia a TV local (emisión por TDT, no online).
Informe posterior de audiencias.



6. STREAMING TV



2. COBERTURA (SEÑAL)

Es requisito indispensable para el perfecto desarrollo de la emisión que una serie de ubicaciones y emplazamientos cuenten con la cobertura necesaria para el emisión de señal que requieren las cámaras.

Estas ubicaciones son:

- Pódium salida/llegada y entrega de premios.
- Salida y control stop del tramo seleccionado (último tramo del itinerario que es, a su vez, TC+ en su primera pasada).
- Espacio destinado para el set.



6. STREAMING TV



3. MODELO DE RELACIÓN

ANTES:

- COMUNICACIÓN PREVIA DEL RECORRIDO Y HORARIO
- COLABORACIÓN EN LA TAREA DE ELECCIÓN DE LOS TRAMOS A RETRANSMITIR
- COMUNICACIÓN PREVIA DE OTROS POSIBLES DISPOSITIVOS DE STREAMING REALIZADOS POR EL ORGANIZADOR
- COMUNICACIÓN DEL POOL DE PATROCINIO LOCAL A IMPLEMENTAR EN SOPORTES (SET, BANNERS...)
- AUTORIZACIÓN NECESARIA PARA IMPLEMENTAR PUBLICIDAD DEL PATROCINIO LOCAL EN CUALQUIER ZONA DEL RECORRIDO DE LA PRUEBA.

DURANTE:

- DIFUSIÓN MÁXIMA POR PARTE DEL ORGANIZADOR DE LOS DIFERENTES CANALES POR LOS QUE SE EMITA LA SEÑAL
- COLABORACIÓN MÁXIMA CON LA PRODUCTORA Y EL DISPOSITIVO DE MARKETING DEL S-CER PARA RESOLVER SITUACIONES E IMPREVISTOS QUE SE PUE DAN PRODUCIR
- MARCAJE DE RESERVA DE ESPACIO PARA CÁMARAS EN TRAMOS CRONOMETRADOS

DESPUÉS:

- LA ORGANIZACIÓN RECIBIRÁ UN INFORME DETALLADO DE LOS RESULTADOS DE AUDIENCIA



6. STREAMING TV



4. ESPACIO TV TRAS CONTROL STOP ÚLTIMO TC

El organizador cuidará especialmente el entorno del espacio que servirá para la celebración del ganador tras su paso por el Control Stop del último Tramo Cronometrado.

Con el objetivo de que las imágenes emitidas en TV sean lo más atractivas posible, se valorarán aspectos como:

- La menor distancia entre dicho Control Stop y este espacio.
- La imprescindible buena cobertura 4G para la emisión en directo.
- La implementación de elementos de imagen (arco, photocall...) que, con la ya mencionada validación necesaria, sirvan para mostrar los diferentes *pools* de patrocinio.
- El vallado que permita el mejor desempeño posible de la productora oficial y los diferentes medios de comunicación.



7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



Toda las pruebas del SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES, deberán contar con un Responsable de Marketing, un Responsable de Prensa y un Responsable de Protocolo, pudiendo ser, previa notificación, la misma persona quien desarrolle dichas responsabilidades.

Es responsabilidad del organizador, con el objetivo de desarrollar el trabajo de la manera más exitosa posible, comunicar la designación de dicha persona o personas con la mayor antelación posible a la fecha de la realización de la prueba.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



a) RESPONSABLE DE MARKETING

Deberá existir una persona Responsable de Marketing en todas las pruebas puntuables del S-CER. Esta persona deberá figurar en el reglamento particular de la prueba y trabajará en colaboración con el responsable de marketing del S-CER designado a tal efecto, con el fin de coordinar esfuerzos y maximizar resultados.

La figura del responsable de Marketing y su buena actuación es vital para la correcta aplicación de imagen en los soportes tanto digitales como físicos de las respectivas pruebas del S-CER.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



b) RESPONSABLE DE PROTOCOLO

Deberá existir una persona Responsable de Protocolo en todas las pruebas puntuables del S-CER. Esta persona deberá figurar en el reglamento particular de la prueba y trabajará en colaboración con el responsable de protocolo del S-CER designado a tal efecto, con el fin de coordinar esfuerzos y maximizar resultados.

La figura del Responsable de Protocolo y su buena actuación es vital para la coordinación y desarrollo del evento durante la prueba. Su labor abarca tanto las relaciones institucionales como la relación con patrocinios privados locales y del campeonato.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



b) RESPONSABLE DE PROTOCOLO

FUNCIONES:

1. Toda organización de una prueba debe designar una persona encargada del Protocolo que estará presente durante el tiempo que dure el evento.
2. En cualquier prueba es habitual la presencia de Autoridades, Patrocinadores, invitados VIP y miembros del Comité Organizador, lo que hace necesario que el responsable de Protocolo actúe como coordinador en momentos clave, como puedan ser la presentación de la prueba, la posible ceremonia de salida y de pódium, así como todos aquellos actos enmarcados en la carrera (cena oficial, traslado de autoridades, etc.).
3. Para realizar correctamente su trabajo, el responsable de Protocolo deberá contar con una relación lo más completa posible de todas las Autoridades y personalidades que deberán tener presencia en los actos más relevantes.
4. Es imprescindible que el responsable de Protocolo esté familiarizado con el orden de precedencia establecido por la RFEDA para la entrega de trofeos, así como con la ordenación de banderas y ubicación de personalidades en presentaciones, cenas y cualquier otro acto derivado de la prueba.
5. Esta persona deberá estar en contacto directo con el principal responsable del Comité Organizador, para quien será una figura de apoyo y asistencia en cuestiones de protocolo, relaciones públicas y atención a autoridades e invitados VIP.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

Deberá existir una persona Responsable de Prensa en cada una de las pruebas puntuables del S-CER. Esta persona deberá figurar en el reglamento particular de la prueba y trabajará en colaboración con el responsable de prensa del S-CER designado a tal efecto, con el fin de coordinar esfuerzos y maximizar resultados.

La figura del Responsable de Prensa y su buena actuación es vital para la difusión de imagen del S-CER. Su labor abarca tanto las relaciones con los profesionales de la comunicación antes, durante y después de la carrera, como velar por el buen funcionamiento de todas las áreas de trabajo para la prensa. Con el fin de llevar a cabo su labor de la forma más eficaz posible.

Se valorará muy positivamente la realización de un Media Safety Book que incluya la información más adecuada para que los medios de comunicación puedan realizar su tarea.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

1. ACTUACIÓN ANTES DE LA PRUEBA:

a) Antes del inicio de la prueba se deberá confeccionar un listado de los principales medios de comunicación que habitualmente cubren la especialidad en la que se encuadra la prueba, así como la prensa local y regional del lugar que acoge el evento. Este listado es importante en cuanto a los contactos a realizar previos a la carrera que propiciarán la máxima difusión a través de los medios.

b) El responsable de prensa deberá preparar la Sala de Prensa adecuadamente para los días de la prueba. Es importante tener en cuenta la necesidad de personal de apoyo, así como la dotación de material en caso de que la magnitud de la prueba así lo requiera.

c) En el caso de que tenga lugar la presentación oficial de la prueba, será misión del responsable de prensa atender a los medios de comunicación que asistan a la misma, así como emitir un comunicado sobre el desarrollo del acto inmediatamente después de su celebración.

d) El organizador deberá elaborar sus propias acreditaciones para aquellos medios que no estén acreditados de forma permanente por la RFEDA. Todo profesional que posea la Acreditación Permanente de la RFEDA, deberá tener los mismos derechos que aquellas personas acreditadas por el organizador.

e) Para facilitar la labor de la Prensa es recomendable elaborar un dossier informativo con los datos más relevantes de la prueba.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

2. ACTUACIÓN DURANTE LA PRUEBA:

- a) Durante el horario establecido para la sala de prensa, el responsable, o alguna persona destinada a tal efecto, deberá estar presente en la misma recibiendo y atendiendo a todos los medios que se dirijan a este recinto.
- b) Debemos tener en cuenta que para muchos medios la sala de prensa es el lugar de referencia para realizar su trabajo, por lo que deberán tener información actualizada en todo momento (tiempos, clasificaciones, incidencias, etc...).
- c) Además de atender personalmente a los medios que allí se dirijan, es recomendable tener un teléfono de atención a la prensa para responder aquellas consultas que se realicen durante el desarrollo de la prueba.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

3. ACTUACIÓN DESPUÉS DE LA PRUEBA:

- a) Se deberá prever un sistema rápido de publicación y difusión de las clasificaciones, tanto de entrenamientos como de las carreras.
- b) Tras la carrera, es obligatorio que el responsable de Prensa elabore y difunda un comunicado en el que se dé cuenta de lo acontecido en la misma, la clasificación y las declaraciones más importantes de los pilotos participantes.
- c) Según la magnitud de la prueba y la posible prensa interesada, deberá organizarse inmediatamente después de la finalización de esta, una rueda de prensa oficial.
 - 1. Para la rueda de prensa se debe prever un sistema de megafonía, mesas y sillas para un máximo de seis deportistas: para los pilotos y copilotos (si los hubiese) de los puestos 1º, 2º y 3º.
 - 2. La rueda de prensa es aconsejable que sea pública a todo aquél que quiera asistir, sea o no medio de comunicación, siempre y cuando la sala donde se realiza lo permita.
- d) Se recomienda la realización de un informe de repercusión de la prueba realizado por una empresa especializada (consultar el proveedor validado por la RFEDA) así como una relación de todos los medios de prensa acreditados.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



d) SALA DE PRENSA

Cada prueba tiene una serie de condicionantes que deberán ser tenidos en cuenta para la atención y trabajo de la Prensa, así como para la información de los aficionados.

En todas las pruebas puntuables deberá existir una zona específica para que la Prensa pueda instalar sus equipos y trabajar cómodamente. A este espacio le denominaremos Sala de Prensa.

La buena atención a la Prensa nos garantiza una amplia difusión de cualquier prueba automovilística. Esta difusión repercutirá directamente tanto en la notoriedad de la prueba como en el reconocimiento de la misma por parte de las instituciones, así como la captación de posibles patrocinadores, colaboradores, inscritos y público.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



d) SALA DE PRENSA

1. La sala de Prensa será preferiblemente un espacio lo más cercano posible del Service Park de la prueba.
2. La sala podrá ser una carpa o habitáculo prefabricado, pero suficientemente bien acondicionado para este fin.
3. Si bien es cierto que no todos los medios hacen uso de la Sala de Prensa, ésta deberá contar con espacio suficiente para albergar a la proporción real de periodistas acreditados por la prueba.
4. La Sala de Prensa estará reservada exclusivamente a los periodistas o personas debidamente acreditadas para acceder a la misma, y por lo tanto se deberá controlar el acceso.
5. Los horarios de apertura de Sala de Prensa deberán ser definidos en función del horario previsto de la prueba y deberán ser puestos en conocimiento de todos los medios asistentes.
6. Deberá existir un responsable en esta Sala que vele por las necesidades que pudieran surgir a los medios desplazados a la prueba, así como facilitar información (tiempos, tramos, accesos...), independientemente de que esta información pudiera ser consultada on-line en la web de la prueba.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



d) SALA DE PRENSA

7. La Prensa deberá contar con una serie de recursos que faciliten su labor y por tanto la difusión de la prueba. Estos mínimos serán:

- Mesas y sillas de trabajo en función de la magnitud de la prueba.
- Corriente eléctrica para la conexión de portátiles, baterías, móviles, equipos de radio, etc., y repartidos en tantos puntos de corriente como puestos existan.
- Una mesa o tablero para la colocación de tiempos, circulares y comunicados.
- Acceso a Internet a través de WIFI, con una potencia mínima de señal.
- Un sistema de consulta de tiempos on-line.

8. El organizador podrá tener el detalle de mantener un servicio de agua o refrescos en este recinto.

9. La Sala de Prensa deberá estar acondicionada garantizando su insonoridad y una correcta climatización.

10. Deberá existir una zona de Parking para los medios acreditados lo más cercana posible a la Sala de Prensa.

7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



e) ZONA DE ATENCIÓN DE PILOTOS A LA PRENSA

Se valorará muy positivamente la implementación, en los lugares y horarios más adecuados en base al itinerario horario de cada prueba, de un espacio especialmente habilitado para que los pilotos puedan atender a los medios de comunicación de manera coordinada y eficaz.

Los detalles de implementación (lugares, horarios y elementos de imagen) deberán ser comunicados y validados previamente, siendo reflejados los detalles en el reglamento particular de la prueba.

8. CEREMONIA DE SALIDA



NORMATIVA GENERAL

1. El espacio habilitado para la ceremonia de salida deberá estar en un lugar céntrico o accesible de la localidad que alberga la prueba, con el fin de facilitar la afluencia de público, de las autoridades invitadas, de la prensa y de los aficionados, propiciando así la máxima difusión del acto a través de los medios de comunicación.
2. La Organización nombrará a un maestro de ceremonias validado por la RFEDA, que coordinará el desarrollo del acto y será responsable de la locución. Esta persona deberá conocer con detalle la prueba, así como a los equipos participantes y a las autoridades que asistan al acto.
3. La ceremonia será presentada por un *speaker* validado expresamente por la RFEDA.
4. Deberá preverse un sistema de megafonía a través de un micrófono inalámbrico, que permita seguir el acto a todos los asistentes.
5. Es recomendable habilitar una grada para la prensa, preferentemente ubicada frente a la rampa por la que los vehículos bajan del pódium. Igualmente, la Prensa podrá tener acceso a la zona de Parque Cerrado por la que los participantes acceden al pódium.
6. Es recomendable habilitar un espacio para los aficionados y público en general, preferentemente en el lado opuesto al reservado para las autoridades.
7. Se recomienda la presencia de personal de seguridad que vele por el buen desarrollo de la ceremonia de salida.

8. CEREMONIA DE SALIDA



NORMATIVA GENERAL

8. Queda terminantemente prohibido el acceso de niños al pódium, independientemente del vínculo o relación que exista con terceras personas.
9. La Organización deberá disponer, como mínimo, de las banderas de España y la Autonómica correspondiente. Asimismo, es obligatoria la presencia de la bandera de la RFEDA.
10. La ceremonia de salida será obligatoria en los rallyes celebrados en una etapa. Para los rallyes de dos etapas, la salida del rallye (CH 0) se podrá realizar en la proximidad del parque de asistencia.
11. El paso de los vehículos por el pódium se llevará a cabo por orden numérico creciente (del número 1 al 10 al menos).
12. Primero pasarán los equipos prioritarios, cuyos Pilotos se detendrán en el pódium y saldrán del vehículo. El locutor aprovechará para entrevistarles y seguidamente, les invitará a abandonar el pódium. A continuación, Los equipos no prioritarios pasarán por el pódium a marcha lenta, pero sin detenerse. Todos los equipos deberán llevar sus monos ignífugos reglamentarios.

9. SERVICE PARK



NORMATIVA GENERAL¹

El viernes anterior a la celebración de la prueba, la organización remitirá a la RFEDA un plano detallado con las ubicaciones de las marcas registradas y patrocinadores del certamen para su aprobación expresa y posterior comunicación pública. Este plano detallado, incluirá también, todos los compromisos comerciales/publicitarios del organizador (por ejemplo: venta merchandising, accesorios competición, etc).

Deberán diferenciarse claramente las tres zonas que se indican a continuación. Estas zonas estarán divididas por sus correspondientes vallados:

Zona Comercial:

- Libre acceso para el público.
- Zona prevista para la realización de todas las activaciones promocionales.

Zona de Trabajo:

- Acceso libre.
- Zona prevista para que los equipos realicen todas las actividades de trabajo.

Zona Deportiva:

- Zona de acceso totalmente restringido a participantes y oficiales de la prueba.
- Los accesos a estas zonas (Parque de Verificaciones, Parques de Reagrupamiento, Controles Horarios, Parque Cerrado, etc.), deberán estar debidamente controlados.
- Las acreditaciones autorizadas deberán estar relacionadas en una tablilla ubicada a la entrada de la Zona correspondiente.

Los diferentes parkings para equipos, prensa y vehículos acreditados, deberán estar claramente identificados y con personal de control en los accesos. Se aconseja –cuando las circunstancias lo permitan- reservar un espacio para aparcamiento exclusivo de Pilotos.

**1 - CONDICIONADA A LA APROBACIÓN POR PARTE DE
LAS AUTORIDADES PERTINENTES**

10. ENTREGA DE TROFEOS



NORMATIVA GENERAL¹

- a) El pódium de llegada deberá estar ubicado en un espacio suficientemente amplio para realizar la ceremonia en las mejores condiciones.
- b) El organizador designará un responsable del acto de entrega y le proveerá de los medios técnicos y humanos necesarios para desarrollar su labor.
- c) El organizador deberá poner los medios necesarios para que el acto sea atractivo para los espectadores y cuente con la presencia de Autoridades, Patrocinadores y cuantas personas entienda que deban estar presentes.
- d) Las Copas monomarca y otros certámenes de carácter estatal, aprobados por la RFEDA, que deseen entregar trofeos a los primeros clasificados (además de los previstos por la organización de acuerdo con esta normativa), deberán comunicarlo al organizador con una antelación mínima de 30 días antes de la celebración de la competición.
- e) Entre el CH de llegada y el pódium deberá habilitarse una zona de espera con capacidad suficiente para albergar al menos cinco vehículos. Dicha zona deberá estar acotada para evitar el acceso del público.
- f) Como norma general, la ceremonia de entrega de trofeos, dará comienzo una hora después del paso del primer vehículo por el arco de llegada.

10. ENTREGA DE TROFEOS



PROCEDIMIENTO Y ORDEN DE ENTREGA¹

El responsable del acto deberá tener en cuenta que, tanto el lugar previsto para ubicar los trofeos y el cava, como el de las personas que entregarán los trofeos y demás invitados estén en una zona de fácil acceso para la entrega de los mismos y protegida por una carpa, ante posibles inclemencias meteorológicas. A esta zona solo podrán acceder las personas acreditadas a tal efecto.

1 - CONDICIONADA A LA APROBACIÓN POR PARTE DE LAS AUTORIDADES PERTINENTES

10. ENTREGA DE TROFEOS



ORDEN DE ENTREGA

- a) Los vehículos irán pasando, tras cumplimentar el último C.H., por el pódium de llegada de manera diligente para dirigirse de inmediato al Parque Cerrado final.
- b) El presentador, dependiendo de la clasificación provisional de cada participante, actuará de diferente manera:
- A los que no reciben ningún trofeo: les mencionará y, sin descender del vehículo, recibirán de la autoridad pertinente un detalle conmemorativo de la prueba, que deberá aportar el organizador.
 - El equipo vencedor, el segundo y el tercero, pasarán por el pódium. Descenderán del vehículo y contestarán a unas preguntas, tras lo cual, y con mención expresa del presentador, serán despedidos momentáneamente hasta el pódium final, **en el que solo el vehículo vencedor volverá a ser protagonista**. El vehículo se quedará en la zona de espera habilitada para esa finalidad.
 - Tras el paso de los vehículos por el pódium (y no más de 60 minutos desde de la hora marcada en el reglamento), se instalará, en las inmediaciones del pódium de llegada, el podio de personas para ir dando acceso a él, a los diferentes equipos clasificados en tercera, segunda y primera posición, a los que se entregarán los respectivos trofeos. La tripulación ganadora subirá de nuevo su vehículo (que estará en la inmediata zona de espera) al pódium para descorchar el cava, junto a su equipo finalizando de esta manera, el acto de entrega de trofeos. Se recomienda para este momento que el organizador recurra a algún efecto, del tipo confeti, serpentinas, etc., que permita realzar este momento álgido de la entrega.
 - A continuación se realizará la entrega de las diferentes copas monomarca y promocionales en el orden consensuado con el responsable de marketing del certamen.
 - En el caso de pruebas con puntuabilidad para varios certámenes se coordinará previamente con el responsable de marketing del certamen la manera de afrontar el orden de entrega.
- c) En los rallyes puntuables para un campeonato FIA se consensuará directamente este protocolo con la organización de la prueba.

11. S-CER VIRTUAL



Cada prueba integrante del S-CER, y en base al convenio de organización suscrito por la RFEDA, cede sus derechos de virtualización a la entidad que, a su vez, los tiene cedidos a la empresa “Motor y Sport Real Simulation” para el desarrollo del Supercampeonato de España de Rallyes Virtual (S-CERV). La organización del S-CERV contactará previamente con cada organizador para trabajar conjuntamente por el objetivo común de realizar el evento de la manera más satisfactoria para los intereses de todos. En el desarrollo de esas conversaciones se plantearán aspectos como la implementación de la imagen corporativa del evento, así como del pool de patrocinio local.

La persona de contacto para todo lo referente al S-CERV es:

Pedro Morera

redacción@motorsport.com

12. ACREDITACIONES



NORMAS GENERALES

1. Las Acreditaciones Permanentes de la RFEDA tienen validez plena en las pruebas del SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES, conviviendo con las acreditaciones particulares de cada prueba.
2. Cada prueba deberá implementar planillos de acceso que permitan controlar el acceso de las diferentes acreditaciones a espacios como, por ejemplo, parques de asistencia, oficina permanente...

12. ACREDITACIONES



12. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN DE OFICIALES

1. Esta acreditación será exclusivamente de trabajo y estará destinada a los oficiales permanentes que realizan una labor continuada en los distintos Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la temporada 2022.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Los Oficiales Permanentes de la RFEDA.

3. Su uso será válido para el acceso a:

- Asistencia
- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Dirección de carrera/Colegio de deportivos
- Verificaciones



12. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

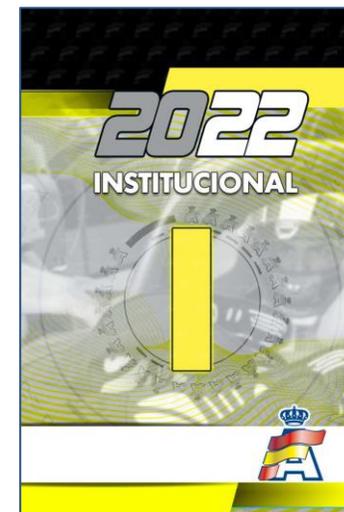
1. Esta acreditación estará destinada a las personas cuya vinculación a la RFEDA tenga un carácter institucional.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Miembros de la Asamblea General
- Miembros de la Junta Directiva de la RFEDA
- Miembros del Comité de Apelación y Disciplina (C.A.D)
- Presidentes de Comisiones Deportivas
- Patrocinadores Globales de la RFEDA
- Promotores de certámenes aprobados por la RFEDA

3. Su uso será válido para el acceso a:

- Asistencia
- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Pódium
- Dirección de carrera/Colegio de deportivos (mediante un *sticker* eventual de la prueba en cuestión)



12. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN SERVICIOS

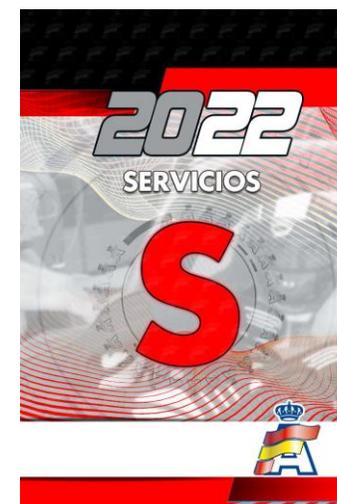
1. Esta acreditación será exclusivamente de trabajo y estará destinada al personal técnico, mecánico y de soporte y logística de las marcas registradas (Tipo A, B y C) y de los proveedores de servicios autorizados por la RFEDA, que realizan una labor continuada en los distintos Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la RFEDA de la temporada 2022.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Marcas registradas TIPO A: 8 unidades
- Marcas registradas TIPO B: 2 unidades
- Marcas registradas TIPO C: 2 unidades
 - Suministradores de neumáticos: 4 unidades
- Proveedores de servicios autorizados por la RFEDA
- Colaboradores de la entidad

3. Su uso será válido para el acceso a:

- Asistencia
- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Verificaciones



12. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN MARCAS (REGISTRADAS)

1. Esta acreditación estará destinada a los miembros de las marcas registradas (Tipo A, B y C).
2. Tendrán derecho a la misma:
 - Marcas TIPO A: 5 unidades
 - Marcas TIPO B: 2 unidades
 - Marcas TIPO C: 2 unidades
3. Su uso será válido para el acceso a:
 - Asistencia
 - Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
 - Pódium
 - Sala de prensa



12. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN PRENSA

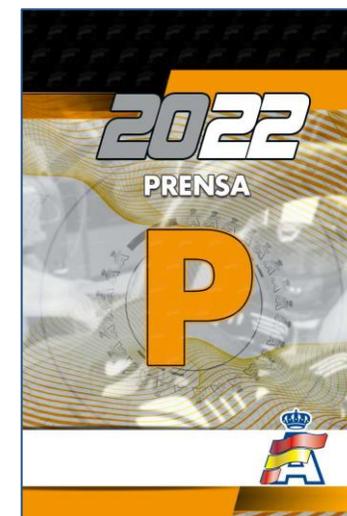
1. Esta acreditación será válida para todas las pruebas puntuables de los Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la RFEDA de la temporada 2022.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Profesionales de medios de comunicación que hayan solicitado la acreditación en el plazo establecido por la RFEDA y que, habiendo leído y aceptado los términos y condiciones de su uso, cumplan los requisitos establecidos en la normativa de acreditaciones de prensa 2022. (Más info: <http://www.rfeda.es/prensa>)

3. Su uso será exclusivo para el acceso a:

- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Pódium
- Sala de prensa



12. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN VIP

1. Esta acreditación se emitirá a exclusivo criterio de la RFEDA y tras propuesta de las distintas entidades, marcas y patrocinadores.
2. Su uso será válido para el acceso a:
 - Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)

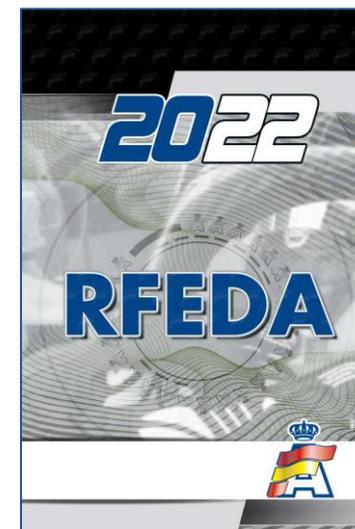


12. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN RFEDA

1. Esta acreditación está destinada al personal y *staff* de la RFEDA.
2. Su uso será válido para el acceso a:
 - Asistencia
 - Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
 - Pódium
 - Sala de Prensa
 - Dirección de carrera/Colegio de Deportivos
 - Verificaciones



13. CUADRO DE PENALIZACIONES



El incumplimiento de las indicaciones que, con valor reglamentario, se realizan en este manual de operaciones, podrá conllevar aparejada la imposición de sanciones que van desde los 300€ a la exclusión del calendario.

Cualquier incumplimiento, doloso o negligente, de las obligaciones reflejadas en este manual de operaciones podrá ser objeto de sanción tras comunicación previa al organizador.

A modo de ejemplo, y en base a la experiencia acumulada, los incumplimientos más habituales son:

Publicación/producción de soportes de imagen sin validación previa.

No comunicación de los responsables de marketing, prensa y/o protocolo antes de 3 meses del evento.

Incumplimiento de la Normativa de Acreditaciones 2022 así como la no implementación del planillo de accesos.

14. RESUMEN DE IMPORTES ECONÓMICOS A CARGO DEL ORGANIZADOR



BANNER TV	175 €
PHOTOCALL	120 €





Real Federación Española
de Automovilismo



Departamento de Marketing de la RFEDA:
José María Fortuño: jose.fortuno@rfeda.es
Borja Álvarez: borja.alvarez@rfeda.es



Real Federación
Española de
Automovilismo