

MANUAL DE OPERACIONES SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES TEMPORADA 2026



Real Federación Española
de Automovilismo



Real Federación
Española de
Automovilismo

MANUAL DE OPERACIONES SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES TEMPORADA 2026



1. PRESENTACIÓN
2. INTRODUCCIÓN
3. BRANDING
4. SOPORTES DE IMAGEN
5. RADIO
6. DIFUSIÓN TV
7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA
8. CEREMONIA DE SALIDA
9. SERVICE PARK
10. ENTREGA DE TROFEOS
11. ACREDITACIONES
12. CUADRO DE PENALIZACIONES
13. CRONOGRAMA



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 diríjase a:

RUBÉN QUINTANA

comunicacion.rallyes@rfeda.es

+34 633 54 60 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: Rubén Quintana
 - comunicacion.rallyes@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 o producción, remitir el diseño de cualquier elemento de imagen de la prueba (placa, cartel, photocall, arco, banner tv y set streaming...) a [Borja.alvarez@rfeda.es](mailto: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 o producción.



3. BRANDING/WORDING



SUPERCAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES¹
S-CER²
#SuperCER³

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

3. BRANDING



b) 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.

Es muy importante realizar la descarga de logotipos cuando se vayan a utilizar ya que siempre estarán disponibles en el enlace de descarga las últimas versiones aplicables. No servirá de justificación, ante posibles incumplimientos de este Manual, alegar una descarga de materiales previa en el tiempo. Por su parte, el S-CER se compromete a anunciar a los organizadores cualquier modificación sobrevenida de logotipos y materiales.



https://www.rfeda.es/docs/2026/Imagen_corporativa/IMAGEN%20CORPORATIVA%20SCER.zip

LINKS DE DESCARGAS (logotipos y ejemplos soportes)

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.

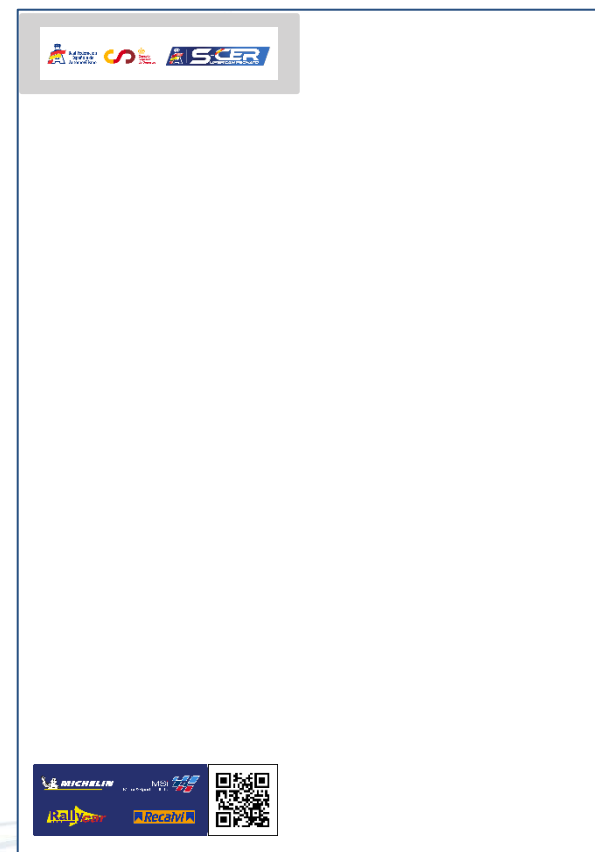
LOS ELEMENTOS QUE, EN LAS SIGUIENTES PÁGINAS, SE DETALLAN SON LOS MÁS HABITUALES, PERO **TODOS** LOS ELEMENTOS DE IMAGEN CON TRANSCENDENCIA PÚBLICA DEBERÁN ESTAR VALIDADOS.

4. SOPORTES DE IMAGEN



1. CARTEL

- Deberá prever una reserva de espacio para el *pool* de patrocinadores del S-CER. El fondo gris reflejado en el ejemplo es una simple referencia del espacio ocupado.
- 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



3. PHOTOCALL

Cualquier 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.

El diseño, en cuanto al reparto de espacios, deberá mantener la proporción habitual en todo este Manual de Operaciones, es decir, presencia al 50% del *pool* de patrocinio local y del *pool* de patrocinio del certamen.

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 que incluya, en los espacios indicados en el croquis de ejemplo, los logotipos del SCER.

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 ESTÁTICA

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 contará con el soporte del S-CER a la hora de implementar sus publicidades locales (ver ejemplo) en aquellos tramos que cuenten con cobertura televisiva proporcionada por el certamen. El organizador podrá solicitar al S-CER la producción, a su cargo, de aquellos soportes publicitarios que, manteniendo el estándar del certamen, necesite.

Los soportes utilizados (tipo de material) serán comunicados y validados necesariamente en el plazo indicado por el cronograma incluido en este Manual.



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 link activo hacia la web del S-CER.

La web de cada rallye del S-CER incluirá la presencia, en modo parejo a la del *pool* del patrocinio local, de los logotipos de las marcas patrocinadoras del certamen con enlace activo a sus respectivas webs.

5. RADIO SUPERCER



El S-CER proveerá una señal de radio oficial que:

- Cubrirá de manera estandarizada todas las citas del calendario.
- Se implementará en los canales de difusión oficiales del S-CER (APP y WEB).
- Se ofrecerá sin coste a los organizadores para su implementación en sus canales así como en emisoras FM locales.
- Contendrá las menciones publicitarias tanto del pool de patrocinio del S-CER como del organizador.



6. DIFUSIÓN TV



La retransmisión TV, 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.

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

Para la distribución de la señal institucional a emisoras/canales TV, será precisa la autorización previa y específica del certamen tras solicitud formal del organizador.

NO SE AUTORIZARÁN PRODUCCIONES AJENAS A LA REALIZADA POR EL CAMPEONATO SALVO AUTORIZACIÓN EXPRESA.



6. DIFUSIÓN TV



1. 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 la emisión de señal que requieren las cámaras.

Estas ubicaciones son:

- Pódium salida/llegada y entrega de premios.
- Salida y control stop de los tramos seleccionados (uno por etapa y siempre el último tramo del itinerario que es, a su vez, TC+ en su primera pasada).
- Espacio de celebración tras el último Control Stop (celebradero).



6. DIFUSIÓN TV



2. 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 CANALES TV REQUERIDOS POR EL ORGANIZADOR
- COMUNICACIÓN DEL POOL DE PATROCINIO LOCAL A IMPLEMENTAR EN SOPORTES
- AUTORIZACIÓN NECESARIA PARA IMPLEMENTAR PUBLICIDAD DEL PATROCINIO LOCAL EN CUALQUIER ZONA DEL RECORRIDO DE LA PRUEBA
- ELABORACIÓN DEL LIBRO DE MONTAJES

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 PUEDAN PRODUCIR
- MARCAJE DE RESERVA DE ESPACIO PARA CÁMARAS EN TRAMOS CRONOMETRADOS Y APORTACIÓN DE PLATAFORMAS SEGÚN LIBRO DE MONTAJE

DESPUÉS:

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

6. DIFUSIÓN TV



3. SOPORTE DEL ORGANIZADOR

Para el perfecto desarrollo de la emisión, se requerirá del organizador:

- Reunión previa para consensuar aspectos como:
 - Emplazamiento de las cámaras en el recorrido y logística necesaria (practicables, corriente eléctrica... en su caso).
 - Dispositivo de publicidad estática local.
- Confección de un Libro de Montajes, derivado del Manual de Seguridad, donde se reflejen las necesidades consensuadas como plataformas, acotamientos de espacio para cámaras y vehículos de producción, zonas prohibidas al público...



6. DIFUSIÓN 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, serán necesarios aspectos como:

- La menor distancia entre dicho Control Stop y este espacio.
- La imprescindible buena cobertura 4G para la emisión en directo.
- El vallado que permita el mejor desempeño posible de la productora oficial y los diferentes medios de comunicación, así como la implementación de los elementos de imagen suministrados y colocados por el certamen.



6. DIFUSIÓN TV



4. CELEBRADERO



El organizador facilitará:

- El vallado perimetral (aproximadamente 80m lineales).
- Ubicación que permita el paso fluido de los vehículos.
- Una furgoneta y, al menos, una persona de apoyo para el montaje de este espacio.



7. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



Todas 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.

El Responsable de Protocolo remitirá, con la suficiente antelación, un documento en el que exprese claramente las personalidades, funciones y tareas a desempeñar en los diferentes actos protocolarios del evento con especial significación en lo que se refiere a Ceremonia de Salida y Entrega de Trofeos.

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.

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. Será obligatorio remitir un plano detallado de toda la zona de influencia de la ceremonia de salida con el fin de prever, y corregir en su caso, posibles afecciones a aspectos como el streaming TV, la elección del orden de salida, etcétera.
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, o en su defecto la necesaria presencia de miembros de la organización, que velen por el buen desarrollo de la ceremonia de salida con especial atención a la ausencia de personas no autorizadas en espacios relevantes de la ceremonia.

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 GENERAL

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.

Las acreditaciones permanentes RFEDA deberán aparecer necesariamente en el planillo de acceso al espacio en cuestión siguiendo la normativa específica de acreditaciones.

10. ENTREGA DE TROFEOS



NORMATIVA GENERAL

- 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.
- g) Los trofeos a entregar serán necesaria y previamente validados tras remitir información detallada y con antelación suficiente a: borja.alvarez@rfeda.es

10. ENTREGA DE TROFEOS



PROCEDIMIENTO Y ORDEN DE ENTREGA

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.

El representante de la RFEDA en el evento será la persona designada para premiar al equipo ganador de la prueba.

10. ENTREGA DE TROFEOS



PROCEDIMIENTO Y ORDEN DE ENTREGA

- Tras cumplimentar el último C.H, los vehículos irán pasando de manera diligente para dirigirse de inmediato al Parque Cerrado final.
- Los tres primeros vehículos clasificados serán aparcados en las inmediaciones del pódium en la zona habilitada para ello.
- Durante la ceremonia de entrega de premios, todas las tripulaciones deberán llevar los monos ignífugos reglamentarios correctamente abrochados.
- Tras la llegada de los vehículos al último CH (y no más de 90 minutos desde el paso del primer participante), comenzará la ceremonia de entrega de premios con el paso y celebración en el pódium de los diferentes equipos clasificados en tercera, segunda y primera posición donde descorcharán el cava. La tripulación ganadora podrá celebrar la victoria junto a su equipo. 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. Una vez finalizado esta acción y sin retirar el vehículo ganador del pódium, se instalará en las inmediaciones, el podio de personas para ir dando acceso a él, a los diferentes equipos clasificados en tercera, segunda y primera posición respectivamente, a los que se entregarán los correspondientes trofeos. Este acto empezará con la entrega por parte del organizador del trofeo al primer concursante clasificado.
- Tras la finalización del pódium, se realizará la entrega a los premiados de las categorías 1, 2 y 3 siempre que no haya prevista otra presencia de ese piloto en el pódium con motivo de haber ganado un certamen monomarca.
- 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.

En caso de que el Organizador desee entregar trofeos adicionales, se hará a continuación. LA RFEDA deberá validar la petición antes de figurar en el Reglamento particular de la prueba.

En los rallyes puntuables para un campeonato FIA se consensuará directamente este protocolo con la organización de la prueba.

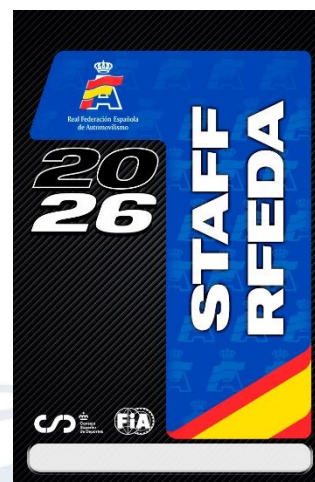
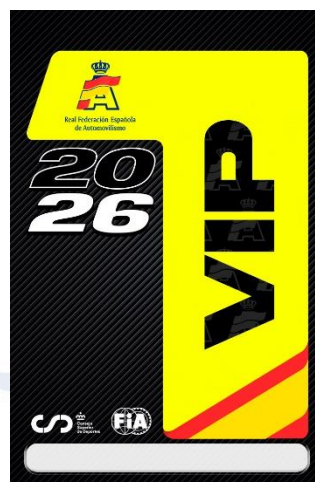
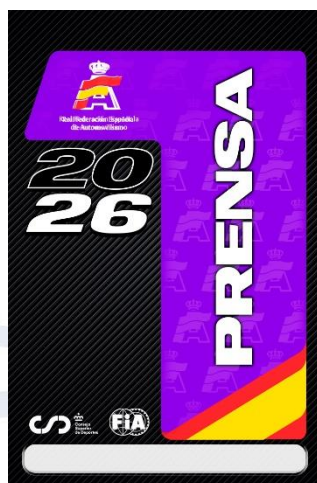
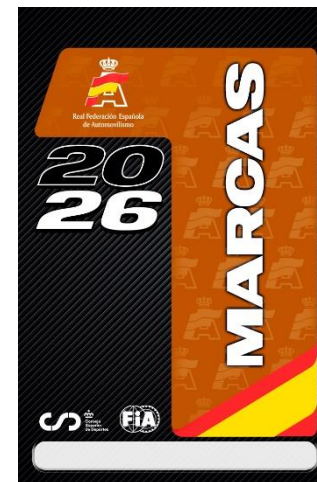
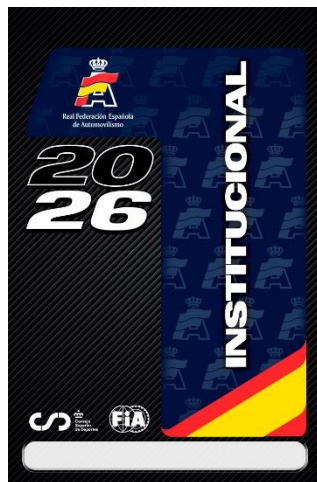
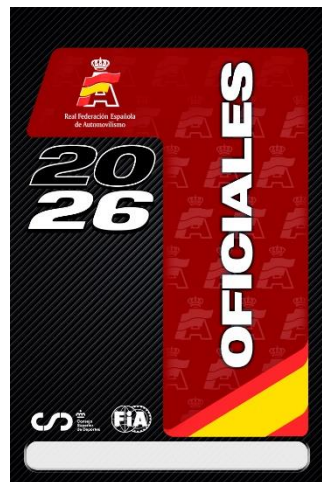
11. ACREDITACIONES



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...
3. ESPECIAL IMPORTANCIA - requiere la previsión, y aplicación efectiva, de la prestación que permite, a las diferentes tipologías de acreditaciones permanentes, poder aparcar vehículos en zonas restringidas con la sola presentación de la acreditación permanente personal.
4. EN NINGÚN CASO, SE REQUERIRÁ DEL USO DE NINGUNA ACREDITACIÓN LOCAL PARA ACCEDER A LAS INSTALACIONES DEL EVENTO.

11. ACREDITACIONES

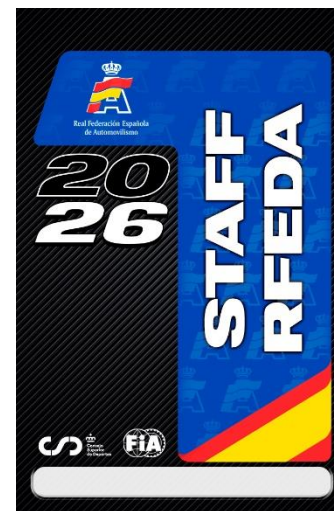


11. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN RFEDA + COCHE

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
 - Cualquier recinto relacionado con el desarrollo de la competición



11. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN DE OFICIALES

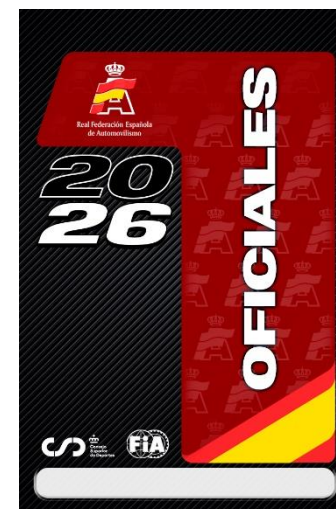
1. Esta acreditación será exclusivamente de trabajo y estará destinada a los oficiales permanentes que realizan una labor continuada en los distintos Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la temporada 2026.

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



11. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

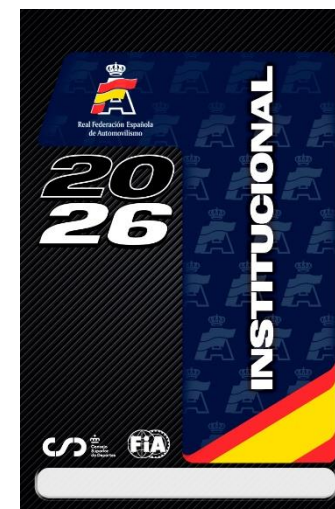
1. Esta acreditación estará destinada a las personas cuya vinculación a la RFEDA tenga un carácter institucional.

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)



11. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN SERVICIOS

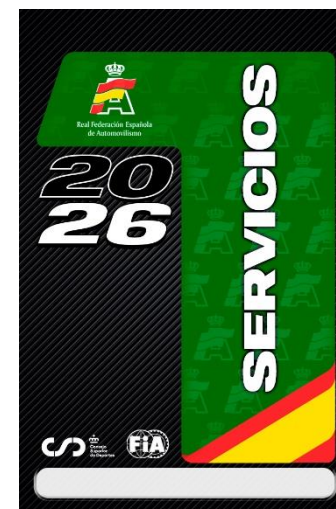
1. Esta acreditación será exclusivamente de trabajo y estará destinada al personal técnico, mecánico y de soporte y logística de las marcas registradas (Tipo A, B y C) y de los proveedores de servicios autorizados por la RFEDA, que realizan una labor continuada en los distintos Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la RFEDA de la temporada 2026.

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

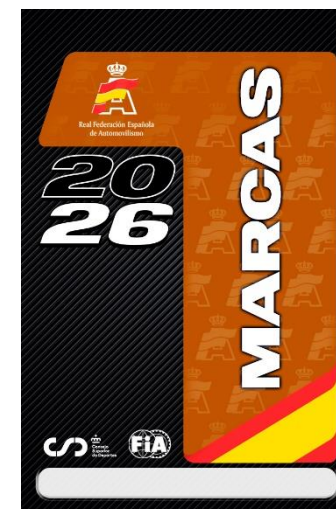


11. ACREDITACIONES



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



11. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN PRENSA

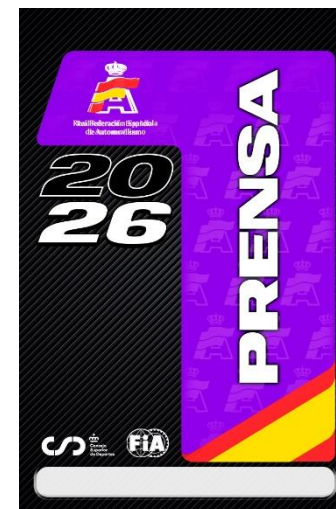
1. Esta acreditación será válida para todas las pruebas puntuables de los Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la RFEDA de la temporada 2026.

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 2026. (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

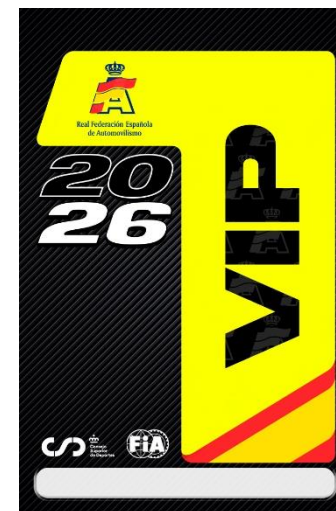


11. ACREDITACIONES



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. CUADRO DE PENALIZACIONES



El incumplimiento de las indicaciones que, con valor reglamentario, se realizan en este manual de operaciones, estará reflejado en el informe del observador de la prueba y 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 2026 así como la no implementación del planillo de accesos.

Será el comité ejecutivo, en base al informe, quien indique graduación o tipología de sanción.

13. CRONOGRAMA

9 MESES ANTES DE LA PRUEBA:

- INDICACIÓN DE FORMATO (ETAPAS, CEREMONIA DE SALIDA...)
- INDICACIÓN DE LOS DOS TRAMOS QUE SE EMITIRÁN POR STREAMING

3 MESES ANTES DE LA PRUEBA O ANTES DE SU PUBLICACIÓN

- VALIDACIÓN CARTEL
- INFORMACIÓN DETALLADA DEL DISPOSITIVO DE PUBLICIDAD ESTÁTICA EN EL RECORRIDO Y LAS UBICACIONES PRINCIPALES DEL PROGRAMA HORARIO

3 SEMANAS ANTES DE LA PRUEBA:

- VALIDACIÓN DE RESTO DE SOPORTES DE IMAGEN
- APORTACIÓN DE LOGOTIPOS LOCALES PARA STREAMING
- DETALLE DE IMPLANTACIÓN DE PUBLICIDAD LOCAL
- PRIMER CONTACTO DE LA PRODUCTORA CON CLUB ORGANIZADOR PARA DETALLES Y COORDINACIÓN DE IMPLANTACIÓN



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