



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación de la Fase Final de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™



REGLAMENTO DE MARKETING Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DE LA
FASE FINAL
DE LA
Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™

DEFINICIONES

PARTE A:
INTRODUCCIÓN Y FINALIDAD

- 1. FORMATO DE LA COMPETICIÓN**
- 2. FINALIDAD DEL REGLAMENTO DE MARKETING Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**
 - 2.1. Premio en metálico
 - 2.2. Programa Forward de la FIFA
- 3. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL REGLAMENTO DE MARKETING Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

PARTE B:
PROPIEDAD GENERAL DE DERECHOS Y COLABORACIÓN

- 4. DERECHOS COMERCIALES DE LA FIFA**
 - 4.1. Propiedad de los derechos comerciales
 - 4.2. Colaboración de las FMP
 - 4.3. Colaboración de las FMNP
 - 4.4. Impugnación de los derechos comerciales de la FIFA
 - 4.5. Transmisión de derechos
- 5. MARCAS DE LA COMPETICIÓN DE LA FIFA**
 - 5.1. Propiedad de las marcas de la competición
 - 5.2. Creación de marcas de la competición
 - 5.3. Impugnación de las marcas de la competición
- 6. REQUISITOS DE LAS FMP Y DERECHOS DE LOS MIEMBROS DE LAS DELEGACIONES**
 - 6.1. Marcas de las FMP
 - 6.2. Colaboración y consentimiento de las delegaciones
 - 6.3. Próximos Mundiales de la FIFA

PARTE C:
PROTECCIÓN DE DERECHOS

7. MARKETING PARASITARIO Y OTRAS INFRACCIONES

- 7.1. Principios básicos
- 7.2. Iniciativa contra infracciones
- 7.3. Notificación
- 7.4. Ámbito de aplicación
- 7.5. Cese de actividades de publicidad parasitaria
- 7.6. Notificación por parte de las federaciones miembro

PARTE D:
DERECHOS AUDIOVISUALES

8. EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES

- 8.1. Derechos exclusivos de la FIFA
- 8.2. Acceso a las selecciones participantes
- 8.3. FIFA TV y material gráfico oficial

9. GRABACIÓN POR PARTE DE LAS FMP CON FINES TÉCNICOS

- 9.1. Principios generales
- 9.2. Finalidad de las grabaciones
- 9.3. Condiciones especiales de las grabaciones

PARTE E:
DERECHOS DE MARKETING

10. EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE MARKETING

- 10.1. Derechos exclusivos de la FIFA

11. EQUIPAMIENTO, OTRO TIPO DE MATERIAL Y BEBIDAS EN ZONAS CONTROLADAS

- 11.1. Reglamento de Equipamiento
 - 11.1.1. Equipamiento
 - 11.1.2. Bolsas para artículos deportivos
 - 11.1.3. Otro material
 - 11.1.4. Prendas formales
 - 11.1.5. Aprobación de material por parte de la FIFA
- 11.2. Publicidad en el equipamiento
 - 11.2.1. Equipamiento de los miembros de las delegaciones
 - 11.2.2. Equipamiento de recogepelotas, acompañantes y abanderados
- 11.3. Material técnico
 - 11.3.1. Material técnico suministrado por la FIFA
 - 11.3.2. Dispositivos de seguimiento electrónico del rendimiento
- 11.4. Consumo de bebidas en las zonas controladas
 - 11.4.1. Suministro de bebidas
 - 11.4.2. Marcas de bebida de la competencia

12. NORMAS ESPECÍFICAS PARA LOS ESTADIOS DE LA FASE FINAL

- 12.1. Instalaciones oficiales de entrenamiento
 - 12.1.1. Publicidad
 - 12.1.2. Consumo de bebidas
 - 12.1.3. Asistencia y entradas
 - 12.1.4. Patrocinadores en la ropa de entrenamiento y los chalecos de calentamiento/entrenamiento
 - 12.1.5. Reparto y consumo de comida y bebida
 - 12.1.6. Venta de artículos oficiales
- 12.2. Hoteles de concentración
 - 12.2.1. Publicidad
 - 12.2.2. Patrocinadores en las camisetas de entrenamiento
 - 12.2.3. Grabaciones de la FIFA
 - 12.2.4. Alojamiento

13. ACTIVIDADES DE LAS FMP EN EL PAÍS DE LA FASE FINAL

- 13.1. Exhibición y distribución de material promocional
- 13.2. Grabaciones personales
- 13.3. Estadios de la fase final
 - 13.3.1. Publicidad
 - 13.3.2. Material técnico y bebidas
 - 13.3.3. Asistencia
 - 13.3.4. Equipamiento
- 13.4. Transporte
 - 13.4.1. Autobús de la selección
 - 13.4.2. Otros vehículos
 - 13.4.3. Logística de FIFA TV
- 13.5. Partidos preparatorios/amistosos

14. REGLAMENTO DEL TROFEO Y DEL ESCUDO DE CAMPEONES MUNDIALES

- 14.1. Disposiciones relativas al uso del trofeo: ganadores anteriores
- 14.2. Disposiciones relativas a los productos oficiales: ganadores anteriores
- 14.3. Ganador de 2018: requisitos para el uso del trofeo
 - 14.3.1. Ceremonia de entrega
 - 14.3.2. Vinculación
 - 14.3.3. Prestigio y valor comercial del trofeo
 - 14.3.4. Otros requisitos
- 14.4. Ganador de 2018: normativa relativa al escudo de campeones mundiales
 - 14.4.1. Consideraciones generales
 - 14.4.2. Ámbito de uso
 - 14.4.3. Términos de uso
 - 14.4.4. Uso comercial
 - 14.4.5. Vinculación con terceros
 - 14.4.6. Aprobación de la FIFA
 - 14.4.7. Vigencia

15. USO PERMITIDO A LAS FMP DE LAS MARCAS DE LA COMPETICIÓN

- 15.1. Uso de las marcas de la competición
 - 15.1.1. Consideraciones generales
 - 15.1.2. Nombres de la competición
 - 15.1.3. Logotipo compuesto
 - 15.1.4. Uso de las marcas de la competición y del logotipo compuesto
 - 15.1.5. Materiales impresos de la FMP
 - 15.1.6. Vinculación con afiliados de las FMP
 - 15.1.7. Otras marcas

- 15.1.8. Autorización
- 15.2. Plataformas digitales de las FMP
 - 15.2.1. Consideraciones generales
 - 15.2.2. Enlace a las plataformas digitales de las FMP
 - 15.2.3. Reproducción de contenidos
 - 15.2.4. Contacto
 - 15.2.5. Uso en internet de las marcas de la competición y el logotipo compuesto
 - 15.2.6. Direcciones en internet

16. GESTIÓN DE ENTRADAS

- 16.1. Principios básicos
 - 16.1.1. Derechos de las federaciones miembro
 - 16.1.2. Medidas para la gestión de entradas
- 16.2. Asignación de entradas y otros acuerdos
- 16.3. Sistema de venta y distribución de entradas
- 16.4. Publicidad y fines promocionales
- 16.5. Conducta de invitados, de afiliados de las FMP y las FMNP y de clientes
- 16.6. Publicidad parasitaria

PARTE F:

COLABORACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DISPOSICIONES ESPECIALES

17. COLABORACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 17.1. Principios básicos

18. NORMAS ESPECÍFICAS PARA LOS ESTADIOS DE LA FASE FINAL

- 18.1. Actividades de prensa de la FIFA y el COL
 - 18.1.1. Reglas generales
 - 18.1.2. Actividades de prensa de la FIFA y el COL en los estadios de la fase final
 - 18.1.3. Actividades de prensa de la FIFA y el COL en las instalaciones oficiales de entrenamiento
 - 18.1.4. Actividades de prensa de la FIFA y el COL en los hoteles de concentración
- 18.2. Actividades de prensa de las FMP
 - 18.2.1. Principios generales
 - 18.2.2. Instalaciones oficiales de entrenamiento
 - 18.2.3. Hoteles de concentración

19. ACTIVIDADES DE PRENSA DE LAS FMP FUERA DE LAS ZONAS CONTROLADAS

- 19.1. Actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas
 - 19.1.1. Fondos de prensa

20. USO DE LOS MEDIOS DIGITALES

- 20.1. Uso de los medios digitales por parte de los miembros de las delegaciones

PARTE G:
VARIOS

21. VARIOS

- 21.1. Código Disciplinario de la FIFA
- 21.2. Objetos prohibidos
- 21.3. Exención de responsabilidad
- 21.4. Discrepancias
- 21.5. Cambios
- 21.6. Idiomas
- 21.7. Declaración de renuncia
- 21.8. Entrada en vigor

REGLAMENTO DE MARKETING Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DE LA
FASE FINAL
DE LA
Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™

DEFINICIONES

«**Actividad de prensa de la FIFA o el COL**»: todas las actividades, como ruedas de prensa o entrevistas, que tengan lugar en las instalaciones de la competición o en las instalaciones de entrenamiento oficiales, independientemente de su organizador, así como las ruedas de prensa o entrevistas operadas o supervisadas por la FIFA o el COL, independientemente de dónde tenga lugar dicha actividad dentro de una zona controlada.

«**Actividad de prensa de la FMP**»: cualquier actividad de prensa, como ruedas de prensa o entrevistas, realizada por o en nombre de la FMP, pero sin ser una actividad de prensa oficial de la FIFA o el COL.

«**Acuerdo sobre asignación de entradas**»: convenio alcanzado por la FIFA con las FMP y las FMNP (i) que especifican la asignación de entradas para la fase final del Mundial, y (ii) que establecen los términos y condiciones que las federaciones miembro y sus invitados deben acatar sobre el uso y distribución de entradas de cortesía y para la venta, asignadas por la FIFA a las federaciones miembro para la fase final del Mundial.

«**Afiliado comercial**» entidad a la que la FIFA o cualquier mandatario de esta concede derechos de patrocinio vinculados con, entre otros, la competición, a saber: socios de la FIFA, patrocinadores de la Copa Mundial de la FIFA™, promotores nacionales y licenciarios de marca. El término «afiliados comerciales» excluye a los licenciarios de los derechos audiovisuales.

«**Afiliados de federaciones miembro no participantes (FMNP)**»: afiliados comerciales de las FMNP, incluyendo sus afiliadas, licenciarios, agentes, patrocinadores, socio de marketing, de prensa u otros socios comerciales, designados directa o indirectamente por la correspondiente FMNP o su representante.

«**Afiliado de la FMP**»: afiliados comerciales de las FMP, incluyendo sus afiliadas, licenciarios, agentes, patrocinadores, socio de marketing, de prensa u otros socios comerciales, designados directa o indirectamente por la correspondiente FMNP o su representante.

«**Confederación**»: confederaciones reconocidas por la FIFA, a saber: la AFC, la CAF, la CONCACAF, la CONMEBOL, la UEFA y la OFC.

«**Competición**»: la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™ en su conjunto, incluida cada una de las dos fases de la competición, a saber: la fase preliminar y la fase final.

«**Competición final**»: fase final de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™, que las selecciones participantes disputarán en la Federación Rusa.

«**Competición preliminar**»: fase de clasificación continental e intercontinental (p. ej.: las eliminatorias entre selecciones que participan en la competición preliminar de confederaciones diferentes) de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™; incluye a las selecciones de todas las federaciones miembro inscritas para disputar la competición. Al término de la competición preliminar, unas selecciones se habrán clasificado para la fase final del Mundial y otras habrán sido eliminadas.

«**COL**»: Comité Organizador Local de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™, subsidiario de la federación miembro organizadora, incluidas su propias subsidiarias

«**Copa Jules Rimet**»: trofeo de la Copa Mundial de la FIFA™ que la FIFA otorgó al ganador de la Copa Mundial hasta su 9.ª edición en 1970.

«**Delegación**»: de manera colectiva, todos los miembros de la delegación de la FMP.

«**Derechos audiovisuales**»: derecho a informar, grabar, transmitir o explotar de otra manera imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro, visual o audiovisual, textos y datos por cualquier medio, conocido o por desarrollar o inventar, cualquier aspecto o elemento de la competición que tenga lugar en cualquiera de los recintos y localizaciones de la competición, en directo o diferido y por cualquier medio de transmisión, conocido en la actualidad (incluidas las tecnologías sucesoras) o inventado posteriormente. Para evitar dudas, el derecho a emitir o retransmitir la señal básica audiovisual (o señales suplementarias) y el derecho a transmitir los comentarios radiofónicos de cualquier partido de la competición constituyen derechos audiovisuales. Los derechos audiovisuales incluyen el derecho a grabar, crear y explotar la película oficial de la competición o productos y programación audiovisual similar, e incluyen los derechos audiovisuales en soporte físico, los de exhibición pública y los de proyección en vuelo y embarcaciones.

«**Derechos audiovisuales en soporte físico**»: aquellos derechos de exhibir, explotar o distribuir todo tipo de material, ya sea solo de audio, de imágenes fijas o solamente en movimiento, material audiovisual, de texto y de datos (incluidas las principales señales, como la señal internacional continua de televisión, señales múltiples, señales adicionales, cobertura unilateral, material de archivo, señales de audio y comentarios) de la competición y las ceremonias (o parte de ellas) vinculadas a la competición por medio de cualquier tipo de dispositivo magnético, electrónico o digital de almacenamiento, como, por ejemplo, BluRay, DVD, descarga privada o de alquiler.

«**Derechos de exhibición pública**»: i) todos los derechos de emisión, a través de cualquier medio, de imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro o audiovisual, textos y datos de la competición o las ceremonias vinculadas a la competición (o cualquiera de sus partes), para la exhibición y recepción inteligible por parte del público en salas de cine, bares, restaurantes, estadios, oficinas, espacios en construcción, plataformas petroleras, embarcaciones, autobuses, trenes, cuarteles militares, centros educativos, hospitales y cualquier otro lugar público; ii) todos los derechos de organizar y albergar un evento en el que el público pueda ver o escuchar esa emisión (independientemente de si tal exhibición esté abierta al público), y iii) todos los derechos para explotar oportunidades comerciales (incluidos, entre otros, venta de entradas, patrocinio, emisiones patrocinadas y oportunidades para proveedores) que provengan de tales eventos o estén relacionados con ellos, con la emisión o la exhibición. Para que no haya lugar a dudas, los derechos de exhibición pública excluyen los derechos de proyección en vuelo.

«**Derechos de marketing**»: en todos y cada uno de los medios de comunicación, derechos publicitarios, promocionales, de autorización, de asociación, derechos de prima y obsequios, de marketing, de comercialización y concesión de licencias, derechos de concesiones, de patrocinio, de hospitalidad, de viaje y turismo, derechos sobre las entradas, derechos de alojamiento, de publicación, derechos de apuestas o juegos, derechos de venta al por menor, derechos musicales y cualquier otro derecho y oportunidad comercial asociados a la competición en la medida en que tales derechos no se consideren derechos audiovisuales.

«**Derechos de propiedad intelectual**»: todos aquellos derechos de propiedad intelectual y de cualquier otra índole, independientemente de su origen, del medio o soporte o de su registro o la ausencia de este; se incluyen marcas registradas y de servicio, nombres e imágenes comerciales, diseños registrados, derechos de autor, derechos morales, nombres de dominios y todas aquellas aplicaciones que tengan por objeto proteger o registrar estos derechos, prorrogarlos o ampliarlos, junto con el fondo de comercio en todo el mundo.

«**Derechos de proyección en embarcaciones**»: i) todos los derechos para transmitir o exhibir, a través de cualquier medio, imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro, visual o audiovisual, textos y datos de las ceremonias o la competición o vinculada a estas últimas, en directo o diferido, para su recepción o exhibición en embarcaciones cuando se hallan en aguas internacionales, es decir, en mar abierto y aguas internacionales que a) estén fuera de las aguas territoriales de un país, b) estén fuera de la jurisdicción de un país y c) se consideren como tal de acuerdo con la legislación marítima internacional; y ii) todos los derechos para explotar cualquiera de las oportunidades comerciales (incluido, por ejemplo, la emisión patrocinada y la publicidad durante la emisión) provenientes de dicha retransmisión y exhibición o vinculadas a ellas.

«**Derechos de proyección en vuelo**»: i) todos los derechos para transmitir o exhibir, a través de cualquier medio o plataforma, imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro, visual o audiovisual, textos y datos de las ceremonias o la competición o vinculado a estas últimas, en directo o diferido, para su recepción o exhibición a través del sistema de entretenimiento a bordo en todos los aviones del mundo; así como ii) todos los derechos para explotar las oportunidades comerciales (incluido, por ejemplo, la emisión patrocinada y la publicidad durante la emisión) provenientes de dicha retransmisión y exhibición o vinculadas a ellas.

«**Dispositivo móvil**»: aparato inalámbrico, existente o por inventar, i) diseñado o adaptado para funcionar mientras el usuario está en movimiento; ii) capaz de recibir material sonoro, visual, fijo o en movimiento o material audiovisual inteligible, y iii) concebido para llevar en la mano o instalarlo en un vehículo, pero con excepción expresa de televisores, ya sea portátil o instalado en un vehículo, que no dispongan de conexión telefónica o algún otro sistema de comunicación bidireccional.

«**Documentación de entradas**»: conjunto formado por los acuerdos sobre asignación de entradas con sus anexos, los «Términos y Condiciones Generales para la Utilización de Entradas de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™», el Código de Conducta en los Estadios de la fase final del Mundial y todas aquellas decisiones y normativas adoptadas por la FIFA relativas a la venta y el uso de entradas.

«**Día de partido**»: días naturales durante el periodo de la fase final en que se haya programado un partido que disputarán dos selecciones participantes.

«**Entrada**»: localidad que permite a su titular acceder a un partido de la fase final del Mundial; aquí se incluyen tanto las puestas a la venta como las de cortesía como todas las modalidades de paquetes de entradas que la FIFA ponga a la venta.

«**Equipamiento**»: todas las prendas y artículos que figuren en el anexo A del reglamento de equipamiento, incluido el material deportivo, el equipamiento especial y otro tipo de elementos.

«**Equipamiento especial**»: material que no forma parte del equipamiento deportivo.

«**Equipo de FIFA TV**»: grupo de personas designado por o bajo las órdenes de la División de Televisión de la FIFA o sus subcontratados para grabar imágenes estáticas y en movimiento durante el periodo de duración de la competición en los estadios, instalaciones oficiales de entrenamiento, hoteles de concentración y centros de prensa de las federaciones miembro participantes de dicha competición para las múltiples finalidades de la FIFA y sus licenciarios de derechos de transmisión.

«**Escudo de campeón mundial de la FIFA**»: emblema especial diseñado por la FIFA y que lucirán los campeones de la competición.

«**Estadio de la competición final**»: estadio en el que se disputan partidos de la fase final del Mundial; se incluyen todas las zonas dentro del perímetro externo de seguridad del estadio.

«**Federación miembro**»: cualquiera de las 211 federaciones de fútbol afiliadas a la FIFA, independientemente de si su selección participa o no en la competición; por tanto, aquí se incluyen tanto a las federaciones miembro participantes (FMP) como a las federaciones miembro no participantes (FMNP).

«**Federación miembro anfitriona**»: Federación Rusa de Fútbol (FRF), cuya subsidiaria, es decir, el COL, ha sido nombrada por la FIFA para organizar, albergar y celebrar la fase final de la competición. Como tal, la selección de la federación miembro anfitriona está clasificada automáticamente como equipo participante en la fase final del Mundial y figura como una de las treinta y dos (32) federaciones miembro participantes.

«**Federación miembro participante (FMP)**»: cualquiera de las treinta y dos (32) federaciones miembro cuyas selecciones se han clasificado para la fase final del Mundial en calidad de selección participante.

«**Federación miembro no participante (FMNP)**»: federaciones miembro cuyas selecciones no se han clasificado para la fase final del Mundial.

«**FIFA**»: Fédération Internationale de Football Association, incluidas todas sus filiales.

«**Hotel de concentración**»: hotel principal de las selecciones participantes que, combinado con las instalaciones de entrenamiento a él vinculadas, representan en su conjunto el «cuartel general» de la selección durante la fase final del Mundial.

«**Hotel en una sede determinada**»: establecimiento hotelero distinto al hotel de concentración en el cual se aloja una selección en otra ciudad anfitriona; se alojará desde la noche o varios días antes del

encuentro que vaya a disputar y, en el caso de que el partido tenga programado su inicio de noche, permanecerán en él también al día siguiente.

«**Hotel oficial**»: todos aquellos hoteles (junto con el terreno que ocupan), como son los hoteles de concentración, los hoteles de las sedes y todos los reservados por la FIFA en los que las selecciones participantes se alojen durante la celebración de la fase final del Mundial.

«**Instalación oficial de entrenamiento**»: campos de entrenamiento que la FIFA o el COL ponen a disposición de las FMP para que las selecciones los utilicen para entrenar; se incluyen aquí todas las instalaciones que se encuentren en el campo de entrenamiento o adyacentes a él, pero se excluyen específicamente los estadios de la fase final del Mundial.

«**Invitados de la FMP**»: representantes, personal, familiares, acompañantes, afiliados de la FMP o terceros contratados por la esta, invitados privados, grupos de aficionados con entradas recibidas de la FMP o cualquier otra persona o entidad para las cuales la FMP destine entradas para la competición; se excluye aquí la afición de la FMP.

«**Marcas de la competición**»: son marcas registradas protegidas por la normativa relativa a la propiedad intelectual todas las que siguen, así como sus diferentes combinaciones y permutaciones en cualquier idioma o tipografía:

- «Copa Mundial de la FIFA™»;
- «Copa Mundial» (incluido su equivalente en todos los idiomas o formatos);
- «Clasificatorios de la Copa Mundial de la FIFA 2018™» y «Torneo clasificatorio de la Copa Mundial de la FIFA 2018™» (incluidos los equivalentes en todos los idiomas y el símbolo «™» en todas las versiones lingüísticas).
- el trofeo de la Copa Mundial de la FIFA;
- el emblema oficial de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™;
- la mascota oficial de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™;
- (si procede) el eslogan oficial de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™ en ruso y en inglés;
- la imagen oficial de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™ y sus elementos individuales;
- el cartel oficial de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™;
- los logotipos compuestos oficiales de las ciudades anfitrionas de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™;
- los carteles oficiales de las ciudades anfitrionas de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™, y
- los nombres de la competición (tal y como se definen en esta sección).

«**Marcas de la FMP**»: todo símbolo, emblema, logotipo, marca o designación propiedad de las FMP, incluida su traducción y variación de las mismas, independientemente de que esté ya registrada o pueda registrarse en un futuro.

«**Medio digital**»: todas aquellas plataformas y medios digitales que usan o facilitan el tráfico de contenido digital (ya sea contenido existente o creado, elaborado y desarrollado ex profeso), de acceso al público general o restringido, con fines personales o comerciales, como son, entre otros, las plataformas o los medios presentes en internet, ordenadores, dispositivos móviles y toda tecnología, red o plataforma digital que permitan distribuir, divulgar o comunicar información o cuenta con otras

funciones, como las redes y plataformas sociales Facebook, Twitter, Google+, YouTube, flickr, etc. o blogs, páginas web, aplicaciones móviles y similares herramientas de comunicación.

«**Miembro de la delegación**»: jugadores, entrenadores, directores técnicos, delegados, responsables de prensa, representantes e invitados de una FMP.

«**Nombres de la competición**». Estos son los nombres oficiales de la competición:

- «Copa Mundial de la FIFA 2018™» (en todos los idiomas y con el uso del símbolo «™» en todas las versiones lingüísticas);
- «Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™» (en todos los idiomas y el símbolo «™» en todas las versiones lingüísticas); y
- «Clasificatorios de la Copa Mundial de la FIFA 2018™» y «Torneo clasificatorio de la Copa Mundial de la FIFA 2018™» (incluidos los equivalentes en todos los idiomas y el símbolo «™» en todas las versiones lingüísticas).

«**Licenciatarios de los derechos audiovisuales**»: entidades a las que la FIFA garantiza la explotación de los derechos audiovisuales (de forma parcial o total) en determinados países o territorios, entre otros, de la fase final del Mundial durante el periodo de validez de los derechos.

«**Logotipo compuesto**»: logotipo en el que figuran el emblema oficial de la competición y el emblema de la federación miembro participante.

«**Logotipo compuesto oficial de la ciudad anfitriona**»: logotipo creado por la FIFA o el COL en colaboración con cada una de las ciudades sedes de la fase final del Mundial; podrá incluir el logotipo oficial de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™, la designación de la ciudad y un elemento relacionado directamente con esta.

«**Oficiales de la FIFA**»: en su conjunto (i), personal de la FIFA y resto de oficiales y personas designadas con acreditación de la FIFA; (ii) personal del COL y demás oficiales del COL; (iii) todos los colegiados designados para los partidos, tales como árbitros, asistentes, cuartos y quintos árbitros y todos los asistentes adicionales, incluidos los responsables del videoarbitraje; y (iv) toda persona que forme parte de la delegación de la FIFA o el COL.

«**Partidos de la competición final**»: sesenta y cuatro (64) partidos de fútbol que se disputarán en la fase final del Mundial.

«**Patrocinadores de la Copa Mundial de la FIFA™**»: entidades a las que la FIFA cede el segundo paquete de publicidad mundial por extensión, con derechos promocionales y de comercialización relacionados con la Copa Mundial de la FIFA™ y la Copa FIFA Confederaciones, incluida la competición o fase final.

«**Periodo de la competición final**»: espacio de tiempo comprendido entre los cinco (5) días previos al primer partido de la competición y los siete (7) días posteriores a la final.

«**Plataforma digital de la FMP**»: medios digitales utilizados u operados por una FMP directamente o mediante una representación.

«**Promotores continentales**»: entidades a las que la FIFA cede el tercer paquete de publicidad mundial por extensión, con derechos promocionales y de comercialización relacionados con la Copa Mundial de la FIFA™ y la Copa FIFA Confederaciones, incluida la competición; estos derechos únicamente se podrán ejercer en el ámbito continental.

«**Publicidad parasitaria**» (*ambush marketing*): intentos por parte de entidades, sin la debida autorización, de asociarse comercialmente con la competición misma, o de explotar el fondo de comercio y la publicidad generados por la Copa Mundial de la FIFA™ (incluidas sus diferentes fases) o la FIFA, de manera no autorizada por esta.

«**Reglamento de la competición**»: Reglamento de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™, elaborado por la FIFA. Constituye el reglamento vinculante redactado por la FIFA para la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™ que regula los derechos, deberes y responsabilidades de todas las federaciones miembro participantes tanto en la fase preliminar como en la fase final.

«**Reglamento de equipamiento**»: reglamento aprobado por el Comité Ejecutivo de la FIFA el 25 de septiembre de 2015, sujeto a posibles modificaciones periódicas por parte de la FIFA.

«**Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación**»: concretamente, se hace referencia al «Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación de la Competición Final de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™».

«**Réplica del trofeo**»: copia prácticamente exacta del trofeo.

«**Selección participante**»: cualquiera de los equipos que representan a una FMP durante la fase final del Mundial.

«**Socio FIFA**»: todas aquellas entidades a las que la FIFA concede el paquete más completo de publicidad mundial y derechos promocionales y de marketing relacionados con la FIFA, sus actividades y los torneos organizados o auspiciados por la FIFA, incluida esta competición. Los Socios FIFA tienen el nivel más alto de asociación comercial con la FIFA y las competiciones de fútbol organizadas o auspiciadas por este organismo.

«**Trofeo**»: galardón original de la Copa Mundial de la FIFA™ que la FIFA entregará al ganador de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™.

«**Uniforme**»: conjunto de todas las prendas (camisetas, calzones y medias) que llevan los jugadores y suplentes de las selecciones participantes durante un partido de la fase final del Mundial.

«**Territorio de la competición final**»: Federación Rusa.

«**Zona controlada**»: una de las siguientes zonas:

- (i) los estadios de la fase final;
- (ii) las instalaciones de entrenamiento oficiales;
- (iii) los hoteles de concentración y los hoteles de la FIFA;
- (v) los recintos donde se celebren eventos complementarios oficiales (como el banquete de la FIFA, el Congreso de la FIFA);
- (vi) el centro internacional de comunicaciones;

- (vi) los centros de acreditación y gestión y venta de entradas; y
- (viii) aquellas áreas en las que se exija la acreditación oficial de la competición para permitir el acceso (incluidos, entre otros, los vestuarios, la gradería, las zonas mixtas, las salas de entrevistas, los centros de prensa y televisión y las salas VIP) y los recintos de recepciones oficiales de la FIFA o el COL relacionadas con la competición, ruedas de prensa y diversos actos con la prensa.

PARTE A: **INTRODUCCIÓN Y FINALIDAD**

1. FORMATO DE LA COMPETICIÓN

La Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™ comprende dos fases: la competición o fase preliminar y la competición o fase final. Este Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación estipula (i) la manera de explotar todos los derechos comerciales de la fase final y (ii) la manera de proteger los derechos audiovisuales y de marketing en beneficio de la FIFA y las federaciones miembro.

El presente reglamento no es aplicable a la fase preliminar, puesto que dicha fase está regulada por el Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación de la Competición preliminar de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™.

2. FINALIDAD DEL REGLAMENTO DE MARKETING Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Ante la posibilidad de que se incremente el premio en metálico de la fase final de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™, y considerando los fondos que aporta la FIFA a su Programa Forward, es fundamental tener en cuenta que se pueden distribuir sumas tan importantes únicamente gracias al apoyo constante que brindan a la Copa Mundial de la FIFA™ sus afiliados comerciales y los titulares de los derechos audiovisuales. Todos ellos han abonado ingentes cantidades de dinero por los derechos que han adquirido y, por ello, la FIFA ha elaborado este reglamento a fin de garantizar que todas las federaciones miembro, en especial las FMP, se comprometan a ejercer correctamente los derechos comerciales que les cede la FIFA y que las FMP (y sus afiliados y partes contractuales) velen por el respeto de los derechos comerciales de la fase final del Mundial. En última instancia, la aplicación adecuada de este reglamento no solo beneficiará directamente a las FMP, sino también a todas las federaciones miembro y al fútbol en su conjunto.

2.1. Premio en metálico

A partir de los Mundiales de 2002, 2006, 2010 y 2014, se ha aumentado considerablemente el premio pecuniario que la FIFA otorga a las FMP de la Copa Mundial de la FIFA™. El presente reglamento ha sido elaborado con el fin de proteger esta fuente de ingresos de las FMP en este torneo.

2.2. Programa Forward de la FIFA

Con este nuevo programa de desarrollo, la FIFA subvenciona a cada una de sus federaciones miembro con 1 250 000 USD anuales y con 10 000 000 USD para cada una de sus confederaciones. A través del programa Forward, la FIFA destina un total de 323 750 000 USD anuales a sus federaciones y confederaciones. Además, este programa de desarrollo contempla más financiación para las federaciones nacionales y regionales menos privilegiadas. El presupuesto total del Programa Forward de la FIFA para el ciclo 2015-2018 asciende a 1 417 000 000 USD.

El presente reglamento ha sido diseñado con el fin de proteger esta fuente de ingresos de las federaciones miembro.

3. **ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL REGLAMENTO DE MARKETING Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Salvo que no se estipule lo contrario a partir de este punto, el presente reglamento es únicamente aplicable a la fase final del Mundial, y su entrada en vigor a partir de la fecha de promulgación por parte del Consejo de la FIFA, cubriendo el periodo completo que comienza el día de celebración del sorteo de la fase final y concluye el 31 de diciembre de 2018, e incluye todos las jornadas de partido y las que no se dispute partido alguno.

PARTE B: **PROPIEDAD GENERAL DE DERECHOS Y COLABORACIÓN**

4. **DERECHOS COMERCIALES DE LA FIFA**

4.1. Propiedad de los derechos comerciales

De conformidad con el reglamento de la competición, y supeditado a los términos y las condiciones establecidos en este reglamento, todos los derechos audiovisuales, de marketing, de propiedad intelectual (incluidas las marcas de la competición) y todos aquellos derechos y oportunidades comerciales o de otra índole (incluidos títulos e intereses en la competición o una parte de ella como los partidos de la fase final y todos los actos complementarios organizados en el marco de esta), que exista o se cree en el futuro serán propiedad exclusiva de la FIFA como fundadora de la Copa Mundial de la FIFA™ y órgano rector del fútbol asociación, así como de conformidad con sus contribuciones, funciones y responsabilidades organizativas, logísticas y financieras en relación con la fase final del Mundial. Al completar y enviar el formulario de inscripción oficial en la fase final del Mundial a la Secretaría General de la FIFA, las FMP reconocen explícitamente la propiedad de la FIFA en los términos descritos.

Excepto si se estipula explícitamente lo contrario en el presente reglamento, ni las FMP ni las FMNP estarán autorizadas directa o indirectamente a explotar de manera alguna ninguno de los derechos audiovisuales, de marketing, de propiedad intelectual (incluidas las marcas de la competición) y todos aquellos derechos y oportunidades comerciales o de otra índole (incluidos

títulos e intereses en la competición o una parte de ella como los partidos de la fase final y todos los actos complementarios organizados en el marco de esta), que existan o se creen en el futuro.

4.2. Colaboración de las FMP

A modo de principio general, todas las FMP y, por extensión, los miembros de sus delegaciones, deberán cumplir de forma estricta los términos y condiciones estipulados en el presente reglamento relativos a la fase final del Mundial; caso de no hacerlo, podrían imponerse medidas disciplinarias.

Las FMP serán enteramente responsables de que los miembros de sus delegaciones, sus afiliados y cualquier otra parte contractual, cumplan íntegramente este reglamento. Las FMP deberán informar inmediatamente a los miembros de sus delegaciones, a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual sobre el contenido del presente reglamento, que también se publicará en www.FIFA.com. Asimismo, las FMP deberán solicitar a los miembros de sus delegaciones, a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual que cumplan íntegramente los términos y condiciones de este reglamento.

Las FMP indemnizarán, defenderán y exonerarán de responsabilidad a la FIFA, al COL, así como a sus oficiales, directores, empleados, representantes, agentes, o cualquier otra persona colaboradora, ante cualquier responsabilidad civil, obligación, pérdida, daño, sanción, queja, acción, multa o gasto (incluidos los gastos razonables de las costas procesales) de cualquier tipo o naturaleza que resulte, se desprenda o se atribuya al incumplimiento de este reglamento por parte de las FMP, su delegación, sus afiliados y cualquier otra parte contractual de las FMP.

4.3. Colaboración de las FMNP

Las FMNP deberán cumplir de forma estricta los términos y condiciones estipulados en el presente reglamento que hagan referencia explícita a las FMNP o a las federaciones miembro en general. Las FMNP serán enteramente responsables de que los miembros de sus afiliados y cualquier otra parte contractual cumplan íntegramente los términos y condiciones pertinentes de este reglamento. Las FMNP deberán informar inmediatamente a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual sobre el contenido del presente reglamento, que también se publicará en www.FIFA.com. Las FMNP deberán solicitar a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual que cumplan íntegramente todos los términos y condiciones estipulados en este reglamento que sean de relevancia.

Las FMNP indemnizarán, defenderán y exonerarán de responsabilidad a la FIFA, al COL, así como a sus oficiales, directores, empleados, representantes, agentes, o cualquier otra persona colaboradora, ante cualquier responsabilidad civil, obligación, pérdida, daño, sanción, queja, acción, multa o gasto (incluidos los gastos razonables de las costas procesales) de cualquier tipo o naturaleza que resulte, se desprenda o se atribuya al incumplimiento de este reglamento por parte de las FMNP, su delegación, sus afiliados y cualquier otra parte contractual de las FMNP.

4.4. Impugnación de los derechos comerciales de la FIFA

Las FMP no recusarán en modo alguno la propiedad de la FIFA de los derechos audiovisuales, de marketing, de propiedad intelectual y de todos aquellos derechos y oportunidades comerciales o de otra índole (incluidos títulos e intereses en la competición o una parte de ella como los partidos de la fase final y todos los actos complementarios organizados en el marco de esta), que exista o se cree en el futuro.

4.5. Transmisión de derechos

Por el presente reglamento, en caso de que, debido a la legislación local o nacional, o a ciertas disposiciones, una confederación de la FIFA o una FMP resulte ser propietaria de alguno de los derechos relacionados con la fase final (audiovisuales, de marketing o de propiedad intelectual, marcas de competición incluidas), con cualquier partido de esta, o con cualquier evento complementario a la misma, o tenga el control sobre dichos derechos, la federación miembro anfitriona u otra FMP o FMNP (sea en virtud de albergar u organizar cualquier partido de la fase final, en el caso de la asociación miembro anfitriona, o en virtud de participar en cualquier partido de la fase final o bien cualquier otro motivo) cederá y/o transferirá incondicionalmente a la FIFA todos los derechos mencionados para su libre explotación, gratuitamente y a perpetuidad, y renunciará a ejercer o explotar dichos derechos o a cederlos a terceras partes para que los ejerzan.

A petición de la FIFA, las confederaciones, la federación anfitriona, las FMP o las FMNP se comprometen a tramitar sin cargos, cubriendo ellas mismas los posibles gastos, de forma puntual y de conformidad con las órdenes impartidas por la FIFA, toda aquella documentación aduanera o de otra índole que soliciten las autoridades locales, regionales y nacionales o que se requiera en virtud de las leyes, reglamentos, normativas o actos judiciales de aplicación para ejecutar la asignación, transferencia o renuncia de tales derechos en favor de la FIFA, y para permitir la explotación gratuita, sin limitación alguna, directa o indirecta de todos los derechos audiovisuales, de marketing, de propiedad intelectual y de todos aquellos derechos y oportunidades comerciales o de otra índole presentes y futuros que pudiera disfrutar la FIFA.

5. **MARCAS DE LA COMPETICIÓN DE LA FIFA**

5.1. Propiedad de las marcas de la competición

La FIFA es y seguirá siendo la única propietaria de todas las marcas de la competición y posee el derecho exclusivo en el ámbito global de crear marcas, logotipos y símbolos para la competición o relacionados con esta.

5.2. Creación de marcas de la competición

Para (i) garantizar la uniformidad en «la imagen y el ambiente» de toda la competición, y (ii) evitar tentativas de publicidad parasitaria relacionadas con la competición por parte de afiliados de las FMP, de terceros contratados por la FMP o de los afiliados de las FMNP, cada una de las FMP y FMNP deberá velar por que, ni ella misma, ni ninguno de los afiliados de las FMP ni de las FMNP, ni cualquier otra parte contractual de una FMP o FMNP, desarrolle, utilice, registre, adopte o cree alguna marca, logotipo o símbolo que haga referencia a la competición o –según la opinión de la FIFA– pueda crear una confusión por su similitud, o sea una imitación exacta, un derivado o compita deslealmente con las marcas de la competición.

En particular, todas las FMP y FMNP se comprometen a abstenerse ellas mismas y garantizar que sus respectivos afiliados a las FMP y a las FMNP y partes contractuales se abstengan del desarrollo, uso o registro de cualquier nombre, logotipo, marca registrada, marca impresa, nombre de marca, símbolo, marca de servicio o cualquier otra marca (esté o no registrada) o designación que pudiera razonablemente entenderse como una identificación con la FIFA, cualquier fase de la competición o el COL, incluidas las palabras «World Cup», «Mundial», «FIFA», «Coupe du Monde», «Copa do Mundo», «Copa del Mundo», «WM» o «Weltmeisterschaft», «Qualifiers»,

«Eliminatorias», «Preliminary Competition», «Qualification Competition» (o cualquier otro término empleado en cualquier idioma que, en opinión de la FIFA, pudiera identificarse con la competición o cualquier fase de la competición), o el desarrollo, uso o registro de cualquier fecha relacionada con el nombre del país anfitrión, sede o ciudad anfitriona de la fase final, o cualquier sello de marca similar o derivado de tales términos o fechas en cualquier idioma.

5.3. Impugnación de las marcas de la competición

Todas las FMP y FMNP se comprometen a no oponerse y a velar por que ninguno de sus afiliados (ni de las FMP ni de las FMNP) o parte contractual se oponga a las solicitudes de marca registrada o de derechos de autor (copyright) presentadas por la FIFA o por afiliados comerciales u otros afiliados autorizados por la FIFA, representantes o titulares de licencias con respecto a las marcas de la competición, o busquen la anulación de cualquiera de dichos registros cuyo titular sea la FIFA. Ni las FMP ni las FMNP podrán oponerse de ningún modo, ni solicitar ninguna clase de derechos de autor, marca registrada, protección de patente o registro de nombre de dominio con respecto a las marcas de la competición que pudiese perjudicar a los intereses de propiedad de la FIFA en las marcas de la competición. En caso de que un afiliado de una FMP o FMNP, o una de sus partes contractuales se oponga a alguna marca registrada o a una solicitud de protección de la propiedad intelectual presentada por la FIFA, o sus afiliados, representantes o titulares de licencias con respecto a las marcas de la competición, la FMP deberá garantizar que se adoptan todas las medidas que exija la FIFA para garantizar que la entidad en cuestión desista de inmediato de tal acción. Las disposiciones del presente art. 5, apdo. 3 no serán de aplicación en caso de que una marca de la competición incluya un derecho de propiedad intelectual que pertenezca a una FMP o FMNP (o afiliado de una FMP o FMNP, o parte contractual) que haya sido inscrito antes de la publicación del presente reglamento.

6. REQUISITOS DE LAS FMP Y DERECHOS DE LOS MIEMBROS DE LAS DELEGACIONES

6.1. Marcas de las FMP

A fin de facilitar la aplicación del presente reglamento, según los términos y condiciones establecidas más adelante, las FMP ceden a la FIFA el derecho de utilizar o sublicenciar el derecho a usar, a perpetuidad y gratuitamente, cualquiera de las marcas de la FMP, así como las representaciones visuales del equipamiento deportivo y no deportivo, tales como los uniformes o la ropa deportiva de entrenamiento relacionados con la participación de la FMP en la fase final del Mundial.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales marcas de la FMP y las representaciones visuales del equipamiento deportivo y no deportivo, tales como los uniformes, las chaquetas que llevarán mientras suene el himno o la ropa deportiva de entrenamiento será exclusivo respecto a la filmación, grabación y emisión de los partidos de la fase final por cualquier medio.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales marcas de la FMP y las representaciones visuales del equipamiento deportivo y de otros elementos no deportivos, tales como y uniformes o la ropa deportiva de entrenamiento no será exclusivo por lo que respecta a otros usos, ya sea en relación con la promoción de la competición, las publicaciones electrónicas o impresas, los videojuegos, los productos y servicios para los medios de comunicación, los productos oficiales, los filatélicos y numismáticos o cualquier otro.

En ningún caso solicitará la FIFA cambios o modificaciones a la versión oficial de las marcas de las FMP tal y como establezcan estas y no utilizará sus marcas de ninguna manera que

- i) suponga que alguna FMP promocione un producto o marca de alguna entidad comercial, incluidos los afiliados comerciales;
- ii) sea engañosa o confusa;
- iii) comprometa o difame el buen nombre de la FMP, su fondo de comercio o su reputación, o atente contra su imparcialidad política o religiosa o dañe su imagen; o
- iv) pueda representar una amenaza o imponga límites a sus intereses en relación con los intereses de propiedad de la FMP en su propia marca.

Con la sola excepción del uso por parte de la FIFA de las marcas de la FPM para meros fines editoriales en cualquier forma, la FIFA

- i) no podrá utilizar las marcas de la FMP por sí solas y siempre deberá utilizar cualquier marca o logotipo de la FMP junto con las marcas o logotipos de un mínimo de otras tres (3) marcas de la FMP o una marca de la competición; y
- ii) velará por que ninguna marca de una sola FMP predomine sobre cualquier otra marca de otra FMP en los artículos comerciales oficial o en el material promocional.

6.2. Colaboración y consentimiento de las delegaciones

Con el fin de facilitar la aplicación del presente reglamento, las FMP (i) deberán garantizar que todos los miembros de la delegación participen en una fotografía y un vídeo de la FIFA (de conformidad con el resto de este apartado, fotografías e imágenes tomadas para uso o sublicencia de la FIFA) y (ii) obtendrán la confirmación por escrito de cada uno de los miembros de la delegación sobre el derecho de la FIFA a usar o el derecho de esta a sublicenciar el derecho a usar cualquiera de las grabaciones, nombres, fotografías e imágenes, a perpetuidad y sin cargo alguno, incluidas las imágenes fijas o en movimiento de los miembros, que aparezcan o surjan en relación con la participación de los miembros de la delegación en la competición (incluidas, entre otras, las fotografías de los miembros de la delegación tomadas o cargadas para su acreditación y todos aquellos datos relativos a un partido de la fase final del Mundial). La FIFA no podrá utilizar las grabaciones, nombres, fotografías e imágenes de los miembros de la delegación (incluida cualquier imagen fija o en movimiento de los mismos) de ninguna manera que pudiera implicar que la FMP o el miembro de la delegación promocionan los productos o marcas de entidades comerciales, incluido los afiliados comerciales.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales grabaciones, nombres, fotografías e imágenes será exclusivo respecto a, o en relación con la filmación, grabación y emisión de los partidos de la fase final o de cualquier producto de los medios relacionado con la fase final o con la FIFA (p. ej.: la película oficial de la FIFA) por cualquier medio.

El derecho de la FIFA a utilizar o sublicenciar tales grabaciones, nombres, fotografías e imágenes no será exclusivo por lo que respecta a otros usos, ya sea en relación con la promoción de la competición, fines editoriales independientemente de la forma de transmisión (incluidas, pero sin

limitarse a estas, las publicaciones electrónicas o impresas, señales televisivas, de banda ancha o telefonía móvil, presentaciones en pantalla gigante o imágenes descargables), los juegos electrónicos, productos y servicios sobre los medios, productos de mercadería, los productos filatélicos y numismáticos o cualquier otro producto, la promoción de los productos de los medios y la programación salvo que la FIFA no pueda ejercer ninguno de tales derechos de manera que pudiera implicar que cualquier miembro de la delegación promociona los productos o marcas de cualquier entidad comercial, incluido cualquier afiliado comercial.

6.3. Próximos Mundiales de la FIFA

Con la finalidad de facilitar la explotación de ediciones futuras de la competición preliminar y de la competición final de la Copa Mundial de la FIFA™, y de mantener o incrementar la contribución económica para todas las federaciones miembro, la FIFA podrá modificar el Reglamento de Marketing y Medios de Comunicación en relación con la explotación de los derechos de marketing y los audiovisuales para todas las fases de las futuras ediciones de la Copa Mundial de la FIFA™. Las federaciones miembro deberán garantizar en sus acuerdos con todos los afiliados de las FMP y de las FMNP o con cualquier otra parte contractual de estas la aplicación necesaria de los derechos de marketing y los audiovisuales estipulados por la FIFA en las ediciones futuras de este reglamento para ambas fases de la Copa Mundial de la FIFA™.

PARTE C: PROTECCIÓN DE DERECHOS

7. **MARKETING PARASITARIO Y OTRAS INFRACCIONES**

7.1. Principios básicos

Ningún tercero no autorizado por la FIFA podrá emprender una actividad, a excepción de las permitidas en este reglamento, que (i) pueda llevar a asociar a dicho tercero con la competición (incluidas la fase preliminar y la final) o con la FIFA o el COL, o (ii) que explote directa o indirectamente el fondo de comercio asociado a la competición o las fases por separado de la competición o a la FIFA.

Tanto las FMP como las FMNP deberán comunicar a la FIFA, inmediatamente después de que sea de su conocimiento y por escrito, cualquier infracción en el cumplimiento del presente reglamento.

7.2. Iniciativa contra infracciones

El valor comercial de la competición (y el de cualquier derecho comercial de la misma) puede disminuir considerablemente si un afiliado de una FMP o de una FMNP o una parte contractual de ambas, o un miembro de la delegación de la FMP realizaran actividades publicitarias parasitarias. La capacidad de la FIFA de apoyar económicamente a sus federaciones miembro y de entregar premios económicos a las FMP puede verse considerablemente menguada por las actividades publicitarias parasitarias. Por tanto, tanto las FMP como las FMNP deberán garantizar que sus afiliados, cualquier parte contractual o los miembros de las delegaciones de las FMP i) no se asociarán (o intentarán asociarse) directa o indirectamente con la FIFA, la competición, o cualquier otra competición o evento organizado por, o bajo los auspicios de la FIFA o una confederación de la FIFA, ii) no explotarán el fondo de comercio de la competición, la FIFA, o cualquier otra

competición o evento organizado por, o bajo los auspicios de la FIFA, y iii) cumplirán con las disposiciones de este reglamento sobre el uso de las marcas de la competición.

7.3. Notificación

La FIFA notificará a las FMP y a las FMNP si alguno de sus afiliados, terceros contratados o miembros de delegación de las FMP lleva a cabo una actividad que, en opinión de la FIFA, constituya una violación del presente reglamento, incluidas, entre otras, las siguientes infracciones:

- i) violar los derechos de propiedad intelectual, audiovisuales o de marketing propiedad de la FIFA, o
- ii) competir de manera no autorizada, participar en sorteos o en cualquier otra actividad publicitaria o promocional que incluya el uso, que pretenda aparentar la inclusión del uso o que pudiera entenderse que incluye el uso de entradas de la competición o que permite acceder a las instalaciones de entrenamiento oficiales;
- iii) infringir las restricciones en las actividades de los afiliados de las FMP o de las partes contractuales de la misma, tal y como se describe en este reglamento, o
- iv) cualquier otra actividad de publicidad parasitaria.

7.4. Ámbito de aplicación

Las disposiciones del art. 7, apdos. 2 y 3 se aplicarán incluso si las actividades infractoras no están directamente relacionadas con el afiliado de la FMP o el miembro de su delegación, o con el afiliado de la FMNP, o tercero contratado por esta.

7.5. Cese de actividades de publicidad parasitaria

Tras la notificación por escrito de la FIFA de cualquier tipo de actividad publicidad parasitaria o cualquier otra violación por parte de un afiliado de las FMP o de las FMNP, de cualquier otra parte contractual o de un miembro de la delegación, las FMP y las FMNP velarán por que, adoptando todas las medidas que la FIFA exija, el afiliado de la FMP o la FMNP, la parte contractual o el miembro de la delegación desista inmediatamente de la actividad infractora, y de que dicho afiliado de la FMP o la FMNP, la parte contractual o el miembro de la delegación se comprometa por escrito con la FIFA a cesar inmediatamente, desistir y no efectuar en el futuro ninguna actividad publicitaria parasitaria u otra violación de este reglamento. Esta disposición también se aplicará en el caso de que la actividad de publicidad parasitaria sea realizada por un afiliado de la FMP o la FMNP, o por cualquier parte contractual o cualquiera de sus compañías o grupos afiliados.

7.6. Notificación por parte de las federaciones miembro

Tanto las FMP como las FMNP deberán hacer todo lo que esté a su alcance para supervisar el mercado publicitario de sus países, y velar por que no se llevan a cabo actividades de publicidad parasitaria; en caso de detectar semejante actividad, se lo notificará a la FIFA.

PARTE D: DERECHOS AUDIOVISUALES

8. EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES

8.1. Derechos exclusivos de la FIFA

La FIFA posee el derecho único y exclusivo de explotar los derechos audiovisuales de la fase final del Mundial. Ni las federaciones miembro (incluidas la federación anfitriona, las FMP y FMNP), ni las confederaciones, ni ningún miembro de la delegación de las FMP ni ningún tercero podrá, de ninguna manera, explotar en todo o en parte los derechos audiovisuales de la fase final del Mundial en ningún momento antes, durante o después de esta.

8.2. Acceso a las selecciones participantes

Al objeto de documentar la fase final del Mundial, se prevé que los equipos de FIFA TV graben y editen un mínimo de dos (2) entrevistas diarias con cada selección participante durante la estancia de la delegación en la Federación Rusa. Con el fin de asistir a la FIFA en esta labor —la cobertura de la prensa y la promoción de la fase final del Mundial—, las FMP deberán ayudar y velar por que todos los miembros de su delegación ayuden en todo cuanto esté a su alcance (siempre dentro del cumplimiento de su cometido) a los equipos de FIFA TV y sus subcontratados. La FIFA trabajará con las selecciones participantes para garantizar la colaboración. Las FMP designarán a un miembro de la delegación como enlace entre el equipo y la FIFA. Por la presente, las FMP garantizan a la FIFA, a sus oficiales, a los equipos de FIFA TV o a sus subcontratados, el derecho no exclusivo de acceder con carácter preferente, con la intención de realizar entrevistas a los miembros de su selección y a todos los miembros de la delegación, siempre que lo soliciten la FIFA, sus oficiales, los equipos de FIFA TV o sus subcontratados. Si así lo solicitará la FIFA, durante la estancia obligatoria de la delegación de la FMP en la Federación Rusa y al objeto de cumplir con el espíritu del reglamento de la competición, las FMP deberán garantizar a la FIFA, a sus oficiales y a los equipos de FIFA TV o sus subcontratados el acceso a las zonas e instalaciones utilizadas por la FMP, tales como las instalaciones oficiales de entrenamiento, los hoteles de concentración y los que ocupen en otras sedes, los estadios de la fase final y a los centros de prensa de la FMP localizados tanto dentro como fuera de las zonas controladas.

Asimismo, las FPM colaborarán con los equipos de FIFA TV o sus subcontratados para organizar los desplazamientos de dichos equipos o subcontratados, como integrantes de la delegación.

En cuanto al acceso a los vestuarios de las selecciones participantes en las instalaciones de entrenamiento oficiales y en los estadios de la fase final, solo será posible mediante el permiso de los miembros de la delegación competentes, siempre y cuando prevalezcan los factores deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación. En cualquier caso, la selección ganadora del Mundial deberá permitir durante unos diez minutos el acceso al vestuario al equipo de FIFA TV o a su subcontrata cuando la selección ganadora vuelva al vestuario a la conclusión de la ceremonia de entrega del trofeo. Durante la grabación dentro del vestuario de la selección ganadora, el equipo de FIFA TV o su subcontrata respetará la privacidad de todos y cada uno de los miembros de la delegación.

Sin perjuicio de lo anterior, las FMP velarán por que sus miembros de las delegaciones estén disponibles dentro o fuera del vestuario en las instalaciones oficiales de entrenamiento y en los estadios del Mundial para entrevistas posteriores a las sesiones de entrenamiento o los partidos,

si así lo solicitan de forma razonable la FIFA, sus oficiales, los equipos de FIFA TV o sus subcontratas.

8.3. FIFA TV y material gráfico oficial

La FIFA posee el derecho único y exclusivo de producir, grabar, explotar y distribuir material audiovisual con fines comerciales o no comerciales, incluidos, entre otros, los documentales relacionados con la fase final o la participación de una federación miembro en la fase final, incluidos las selecciones participantes y todos los miembros de su delegación.

Independientemente del derecho a hacer un uso no comercial de imágenes fijas o en movimiento de un partido de la fase final de conformidad con un acuerdo con la FIFA, las FMP no producirán, explotarán ni distribuirán material audiovisual (de sonidos, imágenes fijas, imágenes en movimiento, datos o textos) relacionado con la FIFA, la fase final o las ceremonias vinculadas con la competición, o la participación de una FMP en la fase final, incluidos sus equipos participantes y todos los miembros de la delegación, y se velará por que ningún miembro de la delegación o un tercero lo haga, ya sea con fines comerciales o no comerciales, sin previa aprobación escrita de la FIFA. En tal caso, antes de la reunión informativa para las selecciones que la FIFA organiza antes de la fase final, la FMP deberá informar a la FIFA por escrito y con detalles de proyectos, planes e iniciativas para su estudio y aprobación que, dado el caso, deberá realizarse por escrito.

9. GRABACIÓN POR PARTE DE LAS FMP CON FINES TÉCNICOS

9.1. Principios generales

Sin perjuicio de los derechos exclusivos de la FIFA recogidos en el art.8, apdo. 1 anterior, las FMP estarán autorizadas a grabar y editar:

- i) los partidos de la fase final del Mundial de su selección;
- ii) los partidos de la fase final del Mundial de las selecciones contrincantes;
- iii) las sesiones oficiales de entrenamiento de su selección que tengan lugar en los estadios oficiales de la competición.

Las grabaciones y los vídeos editados resultantes elaborados por las FMP deberán cumplir los términos y condiciones estipulados en el art. 9, las directrices específicas que se publiquen en un futuro y las instrucciones que la FIFA imparta al respecto a su debido tiempo.

9.2. Finalidad de las grabaciones

Las FMP únicamente podrán hacer uso de estas grabaciones para el posterior análisis técnico. Además, durante la disputa de la fase final del Mundial ni a la conclusión de este, las FMP no podrán hacer uso de dichos vídeos o de extractos de los mismos para ningún otro fin, en particular con fines comerciales o promocionales ni tampoco como parte de un documento audiovisual sobre la estancia de su selección en Rusia.

Únicamente se podrá grabar en las zonas de los estadios oficiales del Mundial aprobadas por la FIFA, tales como las plataformas dispuestas para las cámaras o desde la tribuna de prensa. No se permitirá grabar bajo ningún concepto en ninguna otra zona de los estadios oficiales del Mundial, como los vestuarios, la zona mixta o los espacios habilitados para las ruedas de prensa o las entrevistas.

9.3. Condiciones especiales de las grabaciones

De conformidad con las directrices específicas que se publiquen con posterioridad a este reglamento y con las instrucciones que la FIFA dicte, serán de obligado cumplimiento los siguientes términos y condiciones relativos a la grabación y posterior edición de material de vídeo por parte de la FMP:

i) Personal de la FMP

La FMP comunicará a la FIFA el nombre de un operador de cámara y un técnico (ambos miembros de su delegación) para cada uno de los partidos de la fase final del Mundial o de las sesiones de entrenamiento.

ii) Acreditación

La FMP deberá cumplir con todos los requisitos relativos a la acreditación estipulados en las directrices específicas y con las instrucciones que imparta la FIFA al respecto, en particular la normativa de notificación de los partidos; asimismo, deberá velar por que el personal de la FMP responsable de la grabación lleve siempre la correspondiente identificación, los chalecos correspondientes y todas aquellas acreditaciones que la FIFA estime oportunas.

iii) Equipo de grabación

De conformidad con las futuras directrices específicas y con las instrucciones que imparta la FIFA al respecto, la FMP estará autorizada a emplear únicamente una cámara de hombro y un ordenador portátil. La FIFA registrará este material y lo identificará con un adhesivo oficial de la FIFA. La FMP no podrá emplear otro tipo de material para sus grabaciones, tales como sillas plegables o mesas, salvo que la FIFA lo haya facilitado.

PARTE E: **DERECHOS DE MARKETING**

10. EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE MARKETING

10.1. Derechos exclusivos de la FIFA

La FIFA posee el derecho exclusivo y universal de explotar todos los derechos de marketing relativos a la fase final del Mundial. Ni las federaciones miembro (tanto las FMP como las FMNP), ni la federación miembro anfitriona, ni las confederaciones, ni los miembros de las delegaciones ni ningún tercero podrá, de ninguna manera, explotar los derechos de marketing o partes de los mismos relacionados con la fase final en ningún momento antes, durante o después de la fase final del Mundial.

11. EQUIPAMIENTO, OTRO TIPO DE MATERIAL Y BEBIDAS EN ZONAS CONTROLADAS

11.1. Reglamento de Equipamiento

Las FMP deberán cumplir con el Reglamento de Equipamiento durante el periodo de la fase final del Mundial. De conformidad con el art. 74 del Reglamento de Equipamiento publicado el 25 de septiembre de 2015 o como estipule cualquier versión revisada de dicho reglamento, en caso de que haya discrepancias entre el presente reglamento y el Reglamento de Equipamiento, el primero prevalecerá sobre el segundo y, en tal caso, este se considerará enmendado. De conformidad con el principio de «ausencia de publicidad» en todas las competiciones de la FIFA, las siguientes disposiciones adicionales se aplicarán al equipamiento en las zonas controladas (incluidos los vestuarios y espacios a los que tengan acceso solo las selecciones) durante la fase final del Mundial:

- 11.1.1. Equipamiento: se considera que toda restricción en el Reglamento de Equipamiento se aplicará también a los accesorios y artículos especiales del equipamiento como los que se usan debajo del uniforme, así como otros artículos y accesorios que se usan en lugar de este, como camisetas y accesorios usados en las celebraciones o mostrados por un miembro de la delegación en el transcurso o al término de los partidos de la fase final del Mundial.
- 11.1.2. Bolsas para artículos deportivos: ninguna de las bolsas y los otros artículos que los miembros de la delegación utilicen, o que les pertenezcan, y que se encuentren en cualquiera de los estadios de la competición (tanto a ras de hierba como en las gradas, o en las zonas de prensa o en la zona mixta) en día de partido o en los que no se dispute partido alguno, podrá lucir marcas excepto (i) el emblema de la FMP (de acuerdo con los términos y condiciones del Reglamento de Equipamiento aplicables) y (ii) el logotipo del fabricante. El tamaño máximo del logotipo del fabricante deberá ser de 25 cm². No se permitirá más de un logotipo del fabricante en dichas bolsas o los otros artículos.
- 11.1.3. Otro material: ninguna de las bolsas y los otros artículos que los miembros de la delegación utilicen o que les pertenezcan (tales como bolsas no destinadas al transporte de material deportivo) y que se encuentren en cualquiera de los estadios de la competición (tanto a ras de hierba como en las gradas, o en las zonas de prensa o en la zona mixta) en día de partido o en los que no se dispute partido alguno, podrá lucir marcas excepto (i) el emblema de la FMP (de acuerdo con los términos y condiciones del Reglamento de Equipamiento aplicables) y (ii) el logotipo del fabricante. El tamaño del logotipo del fabricante en el resto de artículos estará limitado en tamaño y forma de forma tal que, a discreción de la FIFA, no permita reconocer al fabricante. No se permitirá más de un logotipo del fabricante en dichas bolsas o los otros artículos.
- 11.1.4. Prendas formales: la indumentaria formal (p. ej. corbatas, trajes, camisas) que lleven los miembros de la delegación dentro de las zonas controladas no tendrá ninguna marca de terceros (ni comercial ni del fabricante, ya sea cosida o fijada por separado) que no sea el emblema de la FMP. Se aplicará la misma restricción tanto a la indumentaria formal como a los artículos especiales del equipamiento, si el atuendo formal se lleva junto con artículos especiales del equipamiento;

- 11.1.5. Aprobación de material por parte de la FIFA: el Reglamento de Equipamiento estipula que las FMP deberán enviar a la FIFA para su aprobación una muestra de todos los elementos que conformen el equipamiento (uniforme, equipamiento especial y otros artículos) que los miembros de la delegación vayan a usar en las zonas controladas durante el periodo de la competición.

Con tal motivo, la FIFA solicitará a todas las FMP que le presenten todo el equipamiento (con la única excepción de las prendas de la indumentaria formal, como corbatas, trajes y camisas) que lleven los miembros de la delegación dentro de las zonas controladas durante el periodo de la fase final del Mundial, así como todos los elementos del equipamiento especial y otros accesorios. El día de la revisión del equipamiento tendrá lugar con suficiente antelación antes de la fase final.

Después de cumplir con las recomendaciones dadas por la FIFA en el momento de la revisión del equipamiento (si se llegaran a darse), la FMP enviará a la FIFA para su aprobación una muestra de todo el equipamiento que usarán los miembros de la delegación dentro de las zonas controladas durante la competición, a saber: todas las prendas del uniforme, del equipamiento especial y cualquier accesorio que se use en lugar del uniforme (incluido todo aquello que se pueda usar en una celebración), junto con la indumentaria formal completa. La FIFA comunicará a las FMP el plazo para el envío de dichas prendas.

11.2. Publicidad en el equipamiento

- 11.2.1. Equipamiento de los miembros de las delegaciones: a menos que se permita expresamente en el Reglamento de Equipamiento o en el presente reglamento, está prohibido que los miembros de la delegación exhiban

- (i) mensajes o eslóganes comerciales, políticos, religiosos o personales en cualquier idioma;
- (ii) marcas comerciales;
- (iii) marcas o nombres de los fabricantes de cualquier tipo en el uniforme, en el equipamiento especial y en otros artículos, en la indumentaria formal que se lleve en lugar del uniforme, así como otros artículos (tales como, entre otros, las bolsas de equipamiento, las bolsas para balones, los recipientes de bebidas y los maletines médicos) o en su persona, durante el tiempo que permanezcan en la zona controlada en los días de partido (es decir, las FMP que disputen el partido en cuestión) y en los días en que no se disputen partidos. Esta disposición incluye todos los artículos personales (incluidos sombreros, auriculares, bolsas y maletas) que estén en posesión o sean utilizados por miembros de la delegación.

- 11.2.2. Equipamiento de recogepelotas, acompañantes y abanderados: durante los partidos de la fase final del Mundial, y sin perjuicio del art. 59 del Reglamento de Equipamiento, los recogepelotas, los acompañantes de los futbolistas y los abanderados podrán lucir en su uniforme marcas aprobadas por la FIFA de afiliados comerciales.

11.3. Material técnico

11.3.1. Material técnico suministrado por la FIFA: a la llegada de las selecciones participantes al país anfitrión, el coordinador general de la FIFA les entregará en las respectivas reuniones de bienvenida los siguientes artículos que deberán utilizar durante toda la competición:

- (i) botiquines de primeros auxilios;
- (ii) portabotellas de plástico;
- (iii) neveras;
- (iv) botellas de plástico;
- (v) brazaletes de capitán de colores contrastantes;
- (vi) bolsas para balones; y
- (vii) balones oficiales.

Durante la fase final del Mundial, una vez que la selección haya llegado al estadio de la fase final para un partido de dicha fase o una sesión de entrenamiento oficial, el coordinador general de la FIFA entregará a cada selección un número suficiente de chalecos de entrenamiento/calentamiento, con la única inscripción de FIFA, FIFA.com o la marca de la competición. Estos chalecos son los únicos permitidos y no podrán alterarse con otras marcas; deberán reemplazar a otros chalecos sin marca o con otras marcas. Las selecciones deberán devolver estos chalecos al finalizar el partido de la fase final del Mundial o la sesión de entrenamiento.

En principio, no está permitido que los miembros de la delegación usen cualquier otro artículo idéntico o similar al tipo de equipamiento técnico empleado en las zonas controladas. La única excepción a esta disposición se permitirá en las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales de entrenamiento, durante las cuales los miembros de las delegaciones de las FMP estarán autorizados a usar su propio material técnico de marcas distintas a las de los afiliados comerciales. Esta excepción no se aplicará en las sesiones de entrenamiento oficiales celebradas en los estadios oficiales de la fase final del Mundial. En cualquier caso, durante las sesiones de entrenamiento en las instalaciones de entrenamiento oficiales celebradas en estadios de la competición, los miembros de la delegación deberán usar únicamente el balón oficial de la competición de uno de los afiliados comerciales.

11.3.2. Dispositivos de seguimiento electrónico del rendimiento: en estricto cumplimiento de la Regla n.º 4 de las Reglas de Juego y de las disposiciones pertinentes del Reglamento de Equipamiento, durante todas las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales de entrenamiento, en los estadios oficiales de la fase final del Mundial y en los partidos de la competición, los futbolistas estarán autorizados a hacer uso de dispositivos de seguimiento electrónico del rendimiento, siempre y cuando:

- i) el modelo específico que la FMP vaya a utilizar cuenta tanto con la aprobación previa de la FIFA para su uso en la fase final del Mundial como con la de los colegiados designados para dirigir el partido;
- ii) únicamente la FMP y los miembros de su delegación puedan hacer uso de los datos del citado dispositivo (o la interpretación de los mismos) registrados durante las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales o durante un partido de la fase final del Mundial; dichos datos se utilizarán exclusivamente para el análisis interno de los parámetros físicos, técnicos y tácticos; queda terminantemente prohibida la publicación o uso posterior de estos datos para fines comerciales, su vinculación con alguno de los afiliados de la FMP o con terceros contratados por la FMP;
- iii) No se utilicen dispositivos especiales de seguimiento electrónico del rendimiento en el área técnica de los estadios oficiales de la competición, ni se transmita a dicha área técnica durante el transcurso de los partidos oficiales de la fase final del Mundial la información y los datos registrados por dichos dispositivos.

11.4. Consumo de bebidas en las zonas controladas

Las siguientes disposiciones regularán el consumo de bebidas en las zonas controladas:

- 11.4.1. Suministro de bebidas: se ofrecerán productos de la compañía Coca-Cola a cada una de las FMP, incluidas agua y bebidas deportivas que se consumirán en las zonas controladas. La FIFA determinará la cantidad suministrada de bebidas.

Si las FMP desean consumir bebidas de un proveedor distinto a The Coca-Cola Company, estas deberán introducirse en las botellas suministradas por la FIFA como material técnico, como estipula el art. 11, apdo. 3.1, antes de llegar a las zonas controladas.

- 11.4.2. Marcas de bebida de la competencia: se prohíbe expresamente a las FMP introducir bebidas de competidores de The Coca-Cola Company o Anheuser-Busch InBev en las zonas controladas, en particular en los vestuarios, la zona aladaña al terreno de juego de los estadios de la fase final, las zonas con actividades de prensa de la FIFA o el COL, las zonas mixtas, las salas de entrevistas y los centros de prensa y televisión, a menos que se viertan dichos productos en las botellas suministradas por la FIFA antes de llegar a la zona controlada.

12. **NORMAS ESPECÍFICAS PARA LOS ESTADIOS DE LA FASE FINAL**

12.1. Instalaciones oficiales de entrenamiento

A menos que se explicita de otra manera en el presente art. 12, apdo. 1, todas las estipulaciones del art. 11 se aplicarán también a las instalaciones oficiales de entrenamiento, considerando los puntos siguientes:

- 12.1.1. Publicidad: la única publicidad permitida en las instalaciones oficiales de entrenamiento es la de los afiliados comerciales, designados por la FIFA a su criterio exclusivo. Las FMP y los miembros de sus respectivas delegaciones no deberán exhibir, ni organizar la

exhibición de, ni autorizar la distribución de cualquier publicidad o cualquier otro material promocional en las instalaciones oficiales de entrenamiento. Sin perjuicio de lo anterior, los términos y las condiciones del art. 18, apdo. 1.3 se aplicarán a las actividades de prensa de las FMP en las instalaciones oficiales de entrenamiento.

- 12.1.2. Consumo de bebidas: las restricciones relacionadas con el consumo de bebidas descritas en el art. 11, apdo. 4 se aplicarán también durante las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales de entrenamiento.
- 12.1.3. Asistencia y entradas: la FIFA y el COL supervisarán todas las sesiones de entrenamiento en las instalaciones oficiales de entrenamiento. Ninguna FMP, ni sus afiliados ni parte contractual alguna de las FMP podrá llevar a cabo ningún tipo de promoción que se asocie con la asistencia a la sesión de entrenamiento en una instalación oficial de entrenamiento. Ninguna FMP, ni sus afiliados ni parte contractual alguna de las FMP podrá vender o distribuir entradas, ya sea con fines comerciales o no comerciales, para acceder a las instalaciones oficiales de entrenamiento.
- 12.1.4. Patrocinadores en la ropa de entrenamiento y los chalecos de calentamiento/entrenamiento: sin menoscabo del art. 11, apdo. 2 precedente, todas las camisetas, prendas adicionales y chalecos de calentamiento/entrenamiento que lleven los miembros de la delegación en las instalaciones oficiales de entrenamiento podrán lucir la marca de los afiliados de las FMP o de sus partes contractuales.
- 12.1.5. Reparto y consumo de comida y bebida: a menos que la FIFA lo acuerde de otra manera con los afiliados comerciales, las FMP no podrán concertar con terceros ningún aspecto relacionado con venta, consumo o distribución de comida y bebida en las instalaciones oficiales de entrenamiento, tanto al público como a los miembros de la prensa presentes.
- 12.1.6. Venta de artículos oficiales: a menos que la FIFA o sus mandatarios así lo acuerden con los licenciarios oficiales, no se podrán ofrecer para su venta o distribución productos promocionales de terceros en las instalaciones oficiales de entrenamiento.

12.2. Hoteles de concentración

A menos que se explicita de otra manera en el presente art. 12, apdo. 2, todas las estipulaciones del art. 11 relativas a las zonas controladas se aplicarán también a los hoteles de concentración considerando los puntos siguientes:

- 12.2.1. Publicidad: ni las FMP ni los miembros de sus delegaciones tendrán permitido exhibir, disponer para la exhibición o autorizar la exhibición de publicidad o cualquier otro material promocional en los hoteles de concentración, en las inmediaciones de dichos hoteles ni en sus zonas comunes interiores, tales como el vestíbulo. Sin perjuicio de lo anterior, los términos y las condiciones del art. 18, apdo. 1.4 se aplicarán a las actividades de prensa de las FMP en los hoteles de concentración.
- 12.2.2. Patrocinadores en las camisetas de entrenamiento: sin menoscabo del art. 11, apdo. 2 precedente, todas las camisetas de entrenamiento y prendas adicionales que lleven los miembros de la delegación en los hoteles de concentración podrán lucir la marca de los afiliados de las FMP.

12.2.3. Grabaciones de la FIFA: siempre que la petición sea razonable, la FIFA, sus equipos de FIFA TV o sus subcontratas podrán disponer una sala de entrevistas exclusiva en el hotel de concentración principal de las FMP.

12.2.4. Alojamiento: las FMP deberán cooperar con la FIFA para alojar a los equipos de FIFA TV o de sus subcontratas en aquellos sectores de los hoteles de concentración que las FMP utilicen para el personal de organización (tales como seguridad, COL, oficiales de enlace, etc.), teniendo siempre presente que prevalecerán los factores deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación.

13. ACTIVIDADES DE LAS FMP EN EL PAÍS DE LA FASE FINAL

13.1. Exhibición y distribución de material promocional

Con excepción de lo permitido a continuación, las FMP no deberán usar, exhibir o distribuir material o realizar ninguna actividad que pueda usarse para identificar o promocionar a terceros en las zonas controladas, y deberán velar por que los miembros de la delegación tampoco lo hagan. En particular, las FMP no podrán:

- (i) distribuir, sin la previa aprobación por escrito de la FIFA, directrices de prensa o cualquier otra publicación dentro de las zonas controladas que permitan a los afiliados de las FMP o a cualquier parte contractual asociarlas a la FIFA o a la competición;
- (ii) vender o autorizar la venta o distribución de comida y bebida dentro de las zonas controladas;
- (iii) vender o autorizar la venta o distribución de artículos no autorizados (p. ej. réplicas del uniforme, balones, regalos) en las zonas controladas;
- (iv) exhibir material publicitario o marcas (p. ej.: fondos, señalización, productos y servicios) relacionado con los afiliados de las FMP o cualquier otra entidad comercial en las zonas controladas que no sea
 - a) un espacio dedicado en el hotel de concentración, siempre que dicho espacio no sea el vestíbulo del hotel; el interior de dicho espacio no deberá ser visible desde el vestíbulo del hotel de concentración.
 - b) un espacio cerrado designado por la FIFA en las instalaciones oficiales de entrenamiento.

13.2. Grabaciones personales

Las FMP deberán velar por que los miembros de su delegación no usen, autoricen ni consientan el uso por parte de terceros de ninguna imagen en movimiento grabada por los dispositivos personales de grabación de los miembros de la delegación en las zonas controladas (excepto los hoteles de concentración) para su distribución, emisión o transmisión por cualquier tipo de medio. Esta prohibición se extiende a cualquier dispositivo de grabación que usen las FMP o de los que estas tengan conocimiento en las zonas controladas (excepto los hoteles de concentración).

13.3. Estadios de la fase final

Los términos y condiciones siguientes serán de aplicación durante el uso y la presencia de las FMP y de los miembros de sus delegaciones en los estadios de la fase final del Mundial:

- 13.3.1. Publicidad: la única publicidad permitida en los estadios de la fase final es la de los afiliados comerciales designados por la FIFA. Ni las FMP ni los miembros de sus delegaciones tendrán derecho a exhibir, organizar la exhibición de, o autorizar la distribución de publicidad o material promocional en los estadios de la fase final;
- 13.3.2. Material técnico y bebidas: las restricciones sobre el material técnico establecidas en el art. 11, apdo. 3 y las relativas a las bebidas estipuladas en el art. 11, apdo. 4 se aplicarán también a los estadios de la fase final;
- 13.3.3. Asistencia: la FIFA y el COL supervisarán todas las sesiones de entrenamiento en los estadios de la fase final. Ni las FMP, ni sus afiliados ni partes contractual de ellas podrán llevar a cabo ningún tipo de promoción que se asocie con la asistencia a la sesión de entrenamiento en un estadio de la fase final. Ni las FMP, ni sus afiliados ni partes contractual de ellas podrán vender entradas para asistir a una sesión de entrenamiento en un estadio de la fase final.
- 13.3.4. Equipamiento: de conformidad con el art. 11, apdo. 1.5 precedente, durante su estancia en los estadios oficiales de la fase final del Mundial —tanto los días de partido como aquellos en los que no se dispute partido alguno—, las FMP y los miembros de sus delegaciones únicamente podrán llevar prendas aprobadas por la FIFA (p. ej. uniforme, equipamiento especial y otros artículos).

13.4. Transporte

Los siguientes términos y condiciones relativos a los traslados de los integrantes de las FMP y sus delegaciones por el país anfitrión de la fase final del Mundial durante la celebración de la competición:

- 13.4.1. Autobús de la selección: se pondrán a disposición de las FMP un autobús para uso exclusivo de su selección durante el periodo de la fase final. Las FMP deberán garantizar que este autobús sea el único medio de transporte empleado por jugadores y oficiales de su selección para todos los actos de la fase final del Mundial, tales como los traslados del hotel al estadio para disputar un partido oficial de la competición, a las sesiones de entrenamiento o a las ceremonias oficiales. Excepto los lemas (p. ej. mensajes de los seguidores) y marcas de los afiliados comerciales aprobados por la FIFA, el autobús no lucirá material promocional de terceros, incluidos los afiliados de las FMP y sus partes contractuales, ni dentro ni fuera del vehículo.
- 13.4.2. Otros vehículos: los otros vehículos utilizados por las FMP o cualquier miembro de la delegación que tengan que entrar en las zonas controladas no deberán tener ninguna marca, salvo (i) la del fabricante de dicho vehículo, (ii) la marca de los afiliados comerciales y lemas aprobados por la FIFA y (iii) las marcas vinculadas a la fase final del Mundial o a la FIFA. Ni las FMP ni los miembros de sus delegaciones estarán autorizados a retirar tales marcas de estos vehículos. Ningún material promocional de terceros,

incluido cualquier afiliado de las FMP o tercero contratado por estas, podrá exhibirse fuera o dentro de dichos vehículos.

13.4.3. Logística de FIFA TV: a fin de ayudar a la FIFA con la logística de los equipos de FIFA TV, las FMP cooperarán con la FIFA, los oficiales de la FIFA y los equipos de FIFA TV o sus subcontratados para garantizar el transporte aéreo y terrestre, preferentemente junto con la delegación de la selección en los sectores del avión o el autobús destinadas al personal de organización de las FMP (tales como seguridad, COL, oficiales de enlace, etc.) o en otros vehículos usados por las FMP junto con la caravana de la delegación. En cualquier caso, se entiende que los factores deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación son fundamentales y prevalecerán en todo momento.

13.5. Partidos preparatorios/amistosos

En estricto cumplimiento de los términos y condiciones estipulados en el art. 37 del Reglamento de la Competición, las FMP Podrán organizar y disputar partidos amistosos o preparatorios desde el día de su llegada al país organizador de la fase final del Mundial, siempre que en opinión de la FIFA, (i) no se cree vinculación alguna entre el partido amistoso o preparatorio con la competición, la FIFA o el COL; (ii) no se haga uso de ninguna marca de la competición; y (iii) no se haga referencia alguna a la participación de la FMP en la fase final del Mundial, tales como «Camino a...», en material comercial, promocional o publicitario elaborado para el partido amistoso o preparatorio.

14. **REGLAMENTO DEL TROFEO Y DEL ESCUDO DE CAMPEONES MUNDIALES**

14.1. Disposiciones relativas al uso del trofeo: ganadores anteriores

Las réplicas del trofeo entregadas a los ganadores anteriores de la Copa Mundial de la FIFA™ deberán permanecer bajo la supervisión directa de la federación miembro correspondiente y no deberán salir del país de dicha federación sin el consentimiento previo y por escrito de la FIFA. Las federaciones miembro a las que se han otorgado réplicas deberán garantizar que estas réplicas se utilizan siempre en el contexto histórico de la respectiva fase final del Mundial y que no se utilicen de ninguna forma que puedan establecer una asociación con terceros, incluidos los afiliados comerciales [con el consentimiento previo por escrito de la FIFA de conformidad con el art. 14, apdo. 3.2 (i)], afiliados de las FMP o partes contractuales de las federaciones miembro, con el trofeo o con la fase final del Mundial. En especial, los afiliados de las FMP o las partes contractuales de las federaciones miembro no tendrán ningún derecho o posibilidad de exhibirse en el lugar donde se encuentre o se exhiba el trofeo, su réplica u otra réplica en miniatura. Esta prohibición también se aplicará al desfile o la sesión fotográfica que haga el ganador de la fase final del Mundial con el trofeo (y posteriormente con cualquier réplica del mismo).

14.2. Disposiciones relativas a los productos oficiales: ganadores anteriores

Se prohíbe igualmente a las federaciones miembro ganadoras de ediciones anteriores de la Copa Mundial de la FIFA™ que desarrollen, creen, utilicen, vendan o distribuyan material promocional o productos oficiales que lleven representaciones del trofeo (réplica) o de la copa Jules Rimet o de cualquier marca, emblema o elemento que haga referencia a ediciones anteriores de la Copa Mundial de la FIFA™.

14.3. Ganador de 2018: requisitos para el uso del trofeo

14.3.1. Ceremonia de entrega: a la conclusión del partido final de la competición, la selección ganadora recibirá el trofeo en una ceremonia que se celebrará en el terreno de juego. Antes de abandonar el estadio, devolverá el trofeo a la FIFA en el vestuario. En el momento de la devolución del trofeo, la selección ganadora recibirá una réplica del trofeo dedicada al vencedor de la fase final del Mundial.

14.3.2. Vinculación: bajo ninguna circunstancia y en ningún momento, los afiliados de la FMP ganadora o las partes contractuales de la misma podrán crear una asociación entre estos y el trofeo o su réplica, ya sea de tamaño real o en miniatura. En concreto:

- (i) queda prohibido exhibir el trofeo, su réplica o su miniatura en cualquier actividad de prensa de la FMP o en cualquier otra rueda de prensa en la cual haya un fondo o decoración que exhiba las marcas de entidades comerciales distintas a las afiliadas; En cualquier caso, la exhibición de las marcas de los afiliados comerciales requiere la aprobación previa y por escrito de la FIFA.
- (ii) está prohibido exhibir o desfilarse con el trofeo o con su réplica, ya sea esta de tamaño real o en miniatura, en ningún acto patrocinado por o en el que se reconozca una marca de algún afiliado de las FMP o de cualquier de las partes contractuales de la FMP ganadora. Por ejemplo, se prohíbe exhibir o desfilarse con el trofeo o la réplica del trofeo, ya sea de tamaño real o en miniatura, en una gira de celebración en la que se exhiban marcas de cualquiera de los afiliados de las FMP o de cualquier otra entidad comercial; y
- (iii) los afiliados y las partes contractuales de la FMP ganadora no podrán usar el trofeo, su réplica ni su miniatura, ni imágenes de las mismas, en ningún material publicitario o promocional para celebrar el éxito la selección ganadora.

14.3.3. Prestigio y valor comercial del trofeo: con objeto de mantener el prestigio y el valor comercial del trofeo, las FMP están de acuerdo en lo siguiente:

- (i) la FMP ganadora no podrá producir sus propias réplicas no oficiales del trofeo, a excepción de las miniaturas de la réplica del trofeo, tal y como se señala a continuación;
- (ii) no utilizar, representar o exhibir el trofeo, ni la réplica del trofeo, ni su miniatura, de manera que pudiera interpretarse como inapropiada, despreciativa o perjudicial al valor inherente del trofeo, de la marca o de la imagen y reputación del trofeo;
- (iii) no utilizar ni conceder licencias para el uso del trofeo, de la réplica o de su miniatura en prendas de vestir o en otros artículos;
- (iv) que el trofeo es y será una marca registrada de la FIFA y que la FMP ganadora no tiene el derecho ni posee la licencia para utilizar fotografías del trofeo, de su réplica o de su miniatura (ni para conceder dicho derecho o licencia) para fines comerciales que no sean meramente fines editoriales para acompañar textos en

material electrónico o impreso. La FMP ganadora se compromete a recordar a los fotógrafos, la prensa y los medios informativos estas restricciones antes de cualquier presentación oficial del trofeo, de la réplica del trofeo o de su miniatura; y

- (v) La FMP ganadora deberá, por cuenta propia, tomar todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad del trofeo de la competición y de la réplica del trofeo mientras estén en su poder.

Sujeto a la previa autorización por escrito de la FIFA, la FMP ganadora podrá, por cuenta propia, encargar a Bertoni, el fabricante seleccionado por la FIFA, producir miniaturas de la réplica del trofeo a fin de regalarlas a todos los miembros del equipo ganador y a su entrenador, siempre que dichas personas se comprometan por escrito con la FIFA a no utilizar dichas réplicas con fines comerciales. El tamaño máximo de dichas miniaturas no podrá exceder los 15 cm de altura.

14.3.4. Otros requisitos: Serán igualmente de aplicación las siguientes disposiciones:

- (i) la FMP ganadora custodiará temporalmente la réplica del trofeo, que seguirá siendo propiedad de la FIFA y deberá devolverse de inmediato a esta entidad si los solicitara por escrito;
- (ii) la réplica del trofeo no se facilitará a terceros para que la utilicen o exhiban sin el previo consentimiento por escrito de la FIFA;
- (iii) la FIFA deberá autorizar por escrito y con antelación las giras de la réplica del trofeo que se quieran realizar.

14.4. Ganador de 2018: normativa relativa al escudo de campeones mundiales

De conformidad con el art. 14, apdos. 1 y 2 del Reglamento de Equipamiento, tras la disputa de la fase final del Mundial, la selección ganadora debe exhibir el escudo de campeón mundial de la FIFA en sus camisetas oficiales. El uso del escudo de campeón mundial de la FIFA se rige por los siguientes términos y condiciones:

14.4.1. Consideraciones generales: la FIFA entregará a la selección ganadora el escudo de campeón mundial de la FIFA una vez concluida la fase final. El escudo de campeón mundial de la FIFA sigue siendo propiedad exclusiva de la FIFA y solo podrá utilizarlo la selección ganadora para hacer referencia en sus camisetas oficiales a su victoria en la fase final del Mundial. La selección ganadora deberá usar el escudo de campeón mundial de la FIFA con el mismo diseño y forma que elabore la FIFA. Queda prohibida toda alteración en el diseño o la forma del escudo de campeón mundial de la FIFA.

14.4.2. Ámbito de uso: la selección ganadora deberá utilizar el escudo de campeón mundial de la FIFA en los partidos de todas las competiciones de fútbol que dispute siempre que esté organizada o auspiciada por la FIFA. el escudo de campeón mundial de la FIFA de la selección ganadora solo podrá usarse en la camiseta titular y en la de reserva. Queda prohibido exhibir el escudo de campeón mundial de la FIFA en otros artículos o prendas del equipamiento de la selección ganadora.

- 14.4.3. Términos de uso: el derecho de exhibir el escudo de campeón mundial de la FIFA expira automáticamente tras la disputa de la final de la siguiente edición de la Copa Mundial de la FIFA™. Durante ese periodo, la selección ganadora podrá utilizar el escudo de campeón mundial de la FIFA en los otros partidos que dispute, aunque no estén organizados ni auspiciados por la FIFA.
- 14.4.4. Uso comercial: está estrictamente prohibido cualquier uso comercial o promocional del escudo de campeón mundial de la FIFA por parte de la FMP ganadora, de sus afiliados o de las partes con contrato suscrito con ella. Sin perjuicio de lo anterior, durante el periodo definido en el art. 14, apdo. 4.3 precedente, se podrá exhibir el escudo de campeón mundial de la FIFA en las réplicas de las camisetas oficiales de la selección ganadora, siempre que se utilice en dichas réplicas de forma idéntica a las camisetas oficiales sin ningún tipo de patrocinio. El derecho de exhibir el escudo de campeón mundial de la FIFA expira automáticamente tras la disputa de la final de la siguiente edición de la Copa Mundial de la FIFA™. Queda prohibido exhibir el escudo de campeón mundial de la FIFA en réplicas de otros artículos del equipamiento y en otros productos con marca de la FMP o de su selección o de otra índole, así como su uso de forma independiente.
- 14.4.5. Vinculación con terceros: no se podrá usar el escudo de campeón mundial de la FIFA de forma que se asocie el escudo, la competición o la FIFA, por un lado, y los afiliados de la FMP o terceros con contrato con esta, por el otro, o se explote directa o indirectamente el fondo de comercio de la competición, sus fases o la FIFA;
- 14.4.6. Aprobación de la FIFA: se exigirá la aprobación previa por escrito de la FIFA para usar el escudo de campeón mundial de la FIFA o para publicar todo tipo de documentos relacionados con el escudo. El uso del escudo y los documentos que hacen referencia a él podrán regirse por otras directrices o instrucciones que la FIFA apruebe más adelante.
- 14.4.7. Vigencia: las disposiciones del art. 14, apdo. 4 seguirán vigentes incluso después de que el presente reglamento deje de tener validez.

15. USO PERMITIDO A LAS FMP DE LAS MARCAS DE LA COMPETICIÓN

15.1. Uso de las marcas de la competición

Las FMP se deberán registrar por los siguientes términos y condiciones a la hora de hacer uso de las marcas de la competición:

- 15.1.1. Consideraciones generales: sujetos a los términos y condiciones de este art. 15, las FMP podrán utilizar las marcas de la competición y el logotipo compuesto solo para referirse de forma descriptiva a su participación en la fase final del Mundial. Queda terminantemente prohibido cualquier uso comercial o promocional de las marcas de la competición y del logotipo compuesto por parte de las FMP, de sus afiliados o de las partes contractuales. Las disposiciones del art. 15, apdo. 1 seguirán vigentes incluso después de que el presente reglamento deje de tener validez.

- 15.1.2. Nombres de la competición: se solicita a las FMP que, siempre que hagan referencia a la competición, usen solo uno de los nombres de la competición (y dicho uso solo debe darse en un contexto periodístico).
- 15.1.3. Logotipo compuesto: de conformidad con los correspondientes términos y condiciones establecidos en el Reglamento de Equipamiento, las FMP estarán autorizadas a crear un logotipo compuesto que incorpore tanto el logotipo oficial de la fase final del Mundial y el escudo de la FMP. Previa solicitud de las FMP, que deberán dirigir a ma.approvals@fifa.org, el material para crear el logotipo compuesto podrá descargarse del archivo digital en línea de la FIFA: www.FIFAdigitalarchive.com. En el logotipo compuesto solo puede figurar el emblema oficial de la fase final, el propio emblema de la FMP, así como la designación «finalista». No podrá incluirse ninguna otra marca sin el permiso por escrito de la FIFA, necesario antes de que se haga cualquier uso del logotipo compuesto. Ninguna otra marca puede colocarse junto a un logotipo compuesto de modo que cause confusión sobre si dicha marca forma o no parte del logotipo compuesto. Las FMP deben obtener la autorización por escrito de la FIFA de su logotipo compuesto antes de utilizarlo. Por tanto, el logotipo compuesto deberá enviarse a la FIFA por escrito a ma.approvals@fifa.org. De conformidad con el art. 15, apdo. 1.8 y para disipar cualquier duda, todos los usos del logotipo compuesto también deberán contar con la autorización de la FIFA.
- 15.1.4. Uso de las marcas de la competición y del logotipo compuesto: ni las marcas de la competición ni el logotipo compuesto pueden usarse cerca de los nombres, logotipos o marcas registradas de afiliados de las FMP, o de terceros distintos a los afiliados comerciales.

Además, las FMP no podrán usar las marcas de la competición ni el logotipo compuesto de las siguientes maneras:

- i) como parte de actividades publicitarias o promocionales o lema o eslogan secundario usado en relación con los afiliados de las FMP;
 - ii) en regalos, premios, productos o prendas de vestir y equipamiento de venta al público (tales como uniformes) o con cualquier otro fin comercial;
 - iii) en cualquier objeto oficial impreso (incluido el material de papelería y las tarjetas de visita profesionales) de una FMP que también muestre los nombres o logotipos de afiliados de las FMP, excepto cuando los nombres/logotipos sean los de las partes designadas por la FIFA como afiliados comerciales de la competición.
- 15.1.5. Materiales impresos de la FMP: las FMP velarán por que ninguna de las marcas de la competición o el logotipo compuesto (o cualquier otra marca registrada relacionada con la competición) figure en el material impreso (convencional o electrónico), producido en relación con su participación en la fase final del Mundial (tales como carteles o pósteres, guías, directrices de prensa, programas, revistas, mapas, folletos, libros, publicaciones electrónicas, CD-ROM, boletines, etc.) de otra forma que no fuese exclusivamente en el contexto meramente periodístico. Por ejemplo, si una publicación o el material impreso de una FMP cuenta con una marca de la competición o el logotipo compuesto en la portada

o la contraportada, ni la portada ni la contraportada de dicho material impreso podrá tener identificaciones comerciales o publicidad (incluidas las de los afiliados de las FMP o partes contractuales de las mismas). Los nombres de la competición solo podrán utilizarse con fines editoriales de manera descriptiva. Las marcas de la competición y el logotipo compuesto pueden aparecer en el interior de las publicaciones de la FMP a condición de que no aparezcan en una página o página adjunta que exhiba una identificación o anuncio comercial.

Las cubiertas y los títulos de los materiales impresos de la FMP deben aclarar que se trata de publicaciones de la FMP y no de publicaciones de la FIFA o del COL. Como ejemplo, el siguiente título se consideraría admisible:

- "[Nombre de la Publicación] oficial de [selección] en la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™".

Toda la documentación deberá someterse con antelación a la aprobación de la FIFA, conforme a lo estipulado en el art. 15, apdo. 18.

- 15.1.6. Vinculación con afiliados de las FMP: las FMP también tendrán que velar por que no se asocie de ninguna manera a sus afiliados, a sus partes contractuales o a los productos que estos pudieran comercializar con la competición en ninguno de sus materiales promocionales. Los afiliados de las FMP o sus partes contractuales no usarán ninguna marca comercial ni el logotipo compuesto en ninguno de sus materiales propios, excepto que sean afiliados comerciales o utilicen la designación (por ejemplo) «*[Patrocinador] de [FMP]*»;
- 15.1.7. Otras marcas: las FMP no deberán usar (y deberán garantizar que sus afiliados y partes contractuales tampoco lo hagan) cualquier otra marca, dispositivo, símbolo, logotipo o frase para designar la competición (incluido el trofeo).
- 15.1.8. Autorización: todos los usos propuestos de las marcas de la competición y del logotipo compuesto deberán enviarse (junto con un resumen del contexto propuesto y del canal de distribución) a la FIFA a través de ma.approvals@fifa.org. El formulario se transmitirá al coordinador de autorizaciones de la FIFA. También deberá enviarse a la FIFA una muestra de todo el material impreso que incorpore las marcas de la competición o el logotipo compuesto para obtener la previa autorización por escrito de la FIFA. En la muestra deberán figurar la maquetación y la posición de las marcas de la competición y del logotipo compuesto, así como las marcas y logotipos de los afiliados de las FMP y los de terceros. Dichas muestras deben presentarse al menos treinta (30) días antes del inicio de la fase final del Mundial. Las FMP deberán realizar todos los cambios solicitados por la FIFA para que los materiales impresos cumplan con el presente reglamento.

15.2. Plataformas digitales de las FMP

Las FMP deberán respetar los siguientes términos y condiciones a la hora de hacer uso de las plataformas digitales en relación con la fase final del Mundial:

- 15.2.1. Consideraciones generales: las plataformas digitales utilizadas u operadas por las FMP, sus afiliados y terceros contratados por las FMP no deberán dar cobertura alguna antes,

durante o después de los partidos de la fase final del Mundial, independientemente del formato (mostrando, emitiendo o explotando imágenes fijas o en movimiento, material sonoro o audiovisual, texto o datos del partido o de los futbolistas que lo disputaron) o el método de la cobertura (en directo o diferido). De conformidad con el art. 4, apdo. 1 precedente, la FIFA, como propietaria única y exclusiva de todos los derechos comerciales de los partidos de la fase final del Mundial, será la única entidad autorizada a hacer uso en sus plataformas digitales del contenido de los partidos de la fase final del Mundial.

15.2.2. Enlace a las plataformas digitales de las FMP: en todas las páginas de su portal en internet que muestren contenidos de la fase final del Mundial o, de ser posible técnicamente, en otras plataformas digitales que utilicen, las FMP deberán incluir un enlace a la web de FIFA.com al idioma correspondiente y a todas las plataformas digitales utilizadas u operadas por la FIFA. Si fuera técnicamente posible, este enlace incluirá el logotipo de FIFA.com, que deberá solicitarse a través de ma.approvals@fifa.org. El logotipo compuesto de FIFA.com o cualquier otro derecho de propiedad intelectual propiedad de la FIFA no podrá ser utilizado de ninguna otra manera por la FMP ni por ningún tercero, incluidos los afiliados de las FMP o cualquier parte contractual de estas, podrán utilizarlo. Asimismo, el logotipo compuesto de FIFA.com o cualquier otro derecho de propiedad intelectual propiedad de la FIFA no podrá aparecer próximo a una marca o al nombre de ningún afiliado de las FMP o parte contractual de estas.

15.2.3. Reproducción de contenidos: si así lo solicita, la FMP obtendrá del Departamento de Comunicación Digital de la FIFA un paquete de contenidos de FIFA.com o de otros medios digitales (si estuvieran disponibles) que podrán publicar en el portal de la FMP o en otras plataformas utilizadas u operadas por esta. El paquete incluirá, entre otra información, los últimos resultados y noticias.

15.2.4. Contacto: para obtener más detalles sobre el logotipo compuesto de FIFA.com y el paquete de distribución de contenidos, las FMP deberán contactar con el Departamento de Comunicación Digital de la FIFA en:

Departamento de Comunicación Digital de la FIFA
FIFA Fédération Internationale de Football Association
Fax: +41 (0)43 -222 7878

15.2.5. Uso en internet de las marcas de la competición y del logotipo compuesto: las marcas de la competición y el logotipo compuesto podrán utilizarse en las plataformas digitales utilizadas u operadas por las FMP, siempre que:

- (i) las marcas de la competición y el logotipo compuesto se empleen para fines periodísticos;
- (ii) las FMP hayan obtenido previamente la autorización por escrito de la FIFA para dicho uso, solicitada por correo electrónico a ma.approvals@fifa.org;

- (iii) no se usen en asociación o relación con, ni cerca del nombre o el logotipo de ninguna entidad comercial, incluidos los afiliados de las FMP y sus partes contractuales;
- (iv) no se usen a modo de hipervínculo a un medio digital utilizado u operado por las FMP: Si se desea crear un enlace con otra plataforma digital, tendrá que usarse un enlace de texto;
- (v) no se usen o coloquen en la barra de título, barra de menú o el pie de página;
- (vi) el uso de las marcas de la competición y del logotipo compuesto en las plataformas digitales utilizadas u operadas por las FMP cumplan en todo momento con los términos y condiciones del art. 15.

15.2.6. Direcciones en internet: los nombres de la competición no deberán usarse en las direcciones de los portales de las FMP ni tampoco como enlaces a otras plataformas digitales utilizadas u operadas por estas.

16. GESTIÓN DE ENTRADAS

16.1. Principios básicos

16.1.1. Derechos de las federaciones miembro: sujetas a los términos y condiciones del presente art. 16, todas las FMP, incluidos sus invitados y seguidores, al igual que las FMNP tienen el derecho a recibir un determinado número de entradas, en función de su participación (o futura eliminación) en la fase final del Mundial.

16.1.2. Medidas para la gestión de entradas: al objeto de (i) garantizar la distribución de entradas más equitativa posible entre los diferentes grupos de interesados en la adquisición de entradas y garantizar igualmente el reparto justo entre compradores individuales y entidades, tanto en el país anfitrión de la fase final del Mundial como en el resto del mundo; (ii) cumplir con los procedimientos y el operativo de seguridad puestos en práctica por la FIFA o el COL durante la fase final del Mundial; (iii) proteger el esquema de precios de las entradas elaborado por la FIFA; (iv) proteger los intereses de los consumidores y garantizar el cumplimiento estricto de los principios de defensa del consumidor relativos a la venta, distribución y uso de las entradas; y (v) proteger los derechos que la FIFA concede a sus afiliados comerciales, licenciarios de derechos audiovisuales, receptores de servicios preferentes y otros grupos de interés, la FIFA pondrá en marcha un programa de gestión global de entradas, mediante el cual tramitará la venta de todas las entradas en su nombre y sin intermediarios. Asimismo, la FIFA restringe a los titulares de entradas y a aquellas entidades a las cuales la FIFA haya facilitado entradas (incluidas las FMP y las FMNP) el uso ilimitado, el traspaso y la reventa de estas.

16.2. Asignación de entradas y otros acuerdos

Los derechos de las federaciones miembro con respecto a las entradas estarán sujetos a la ejecución por parte de estas del «Acuerdo sobre Asignación de Entradas» en la versión válida para la FMP o FMNP en cuestión, así como al cumplimiento íntegro por parte de la federación miembro

de este y de todos los demás acuerdos relativos a la gestión de entradas que la FIFA decida establecer y publicar con la suficiente antelación antes del inicio de la fase final del Mundial.

En caso de discrepancias entre el presente reglamento y el Acuerdo sobre Asignación de Entradas o con acuerdos similares, los términos y condiciones del Acuerdo sobre Asignación de Entradas y de otros similares prevalecerán frente a los términos y condiciones del presente reglamento; dado el caso, se modificarán de la forma que corresponda los términos y condiciones del presente reglamento.

16.3. Sistema de venta y distribución de entradas

De cara a la fase final del Mundial, la FIFA centralizará la gestión de todas las entradas asignadas a las FMP, sus invitados y seguidores, así como a las FMNP y sus invitados. Este sistema centralizado permitirá a la FIFA gestionar, en su propio nombre, todo el proceso de distribución y venta de entradas, como la solicitud, la confirmación, el pago y la entrega de las entradas.

El acuerdo de asignación de entradas describirá detalladamente el sistema de venta y distribución de entradas y contemplará todos los derechos y deberes de las federaciones miembro, tanto las FMP como las FMNP.

16.4. Publicidad y fines promocionales

Las federaciones miembro, participantes y no participantes, que reciban entradas deberán abstenerse y velar por que sus invitados (incluidos sus afiliados) se abstengan de realizar actos de promoción o publicidad que impliquen, representen o puedan ser interpretados como forma de usar las entradas de la fase final, de las sesiones oficiales y no oficiales de entrenamiento en el territorio de la fase final durante el periodo de dicha fase o de cualquier otro acto relacionado con la fase final organizado o apoyado por la FIFA. En particular, las federaciones miembro, participantes y no participantes, velarán por que sus invitados (incluidos sus afiliados) no organicen concursos, promociones, sorteos, loterías y actividades similares con premio que, en opinión de la FIFA, permitan a estos invitados o a terceros asociarse con la FIFA, el COL o la fase final del Mundial o que permitan a los terceros acceder o conseguir una entrada para la competición por haber participado en tales actividades.

16.5. Conducta de invitados, de afiliados de las FMP y las FMNP y de clientes

Se solicita a las federaciones miembro, participantes y no participantes que reciban entradas velar por que sus invitados, afiliados o partes contractuales conozcan y cumplan los términos y condiciones de los acuerdos que rigen la gestión de entradas.

16.6. Publicidad parasitaria

Se solicita a las federaciones miembro, participantes y no participantes, velar por que sus invitados, afiliados o partes contractuales se abstengan de llevar a cabo cualquier actividad publicitaria o promocional que pudiera considerarse de otro modo y de manera razonable como publicidad parasitaria que viola los derechos de los afiliados comerciales y de la FIFA, incluida cualquier actividad publicitaria o promocional que pudiera llevar a una presunción razonable de que las entradas de la competición o cualquier otro derecho de acceso a la competición en relación con tales actividades puedan ser adquiridos por terceros.

PARTE F:
COLABORACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DISPOSICIONES ESPECIALES

17. COLABORACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

17.1. Principios básicos

Las FMP deben colaborar y velar por que los miembros de las delegaciones colaboren, en la medida de lo posible, con la FIFA, los periodistas de FIFA.com designados por la FIFA y los periodistas acreditados en las actividades de prensa durante el periodo de la fase final del Mundial.

18. NORMAS ESPECÍFICAS PARA CIERTOS ESTADIOS DE LA FASE FINAL

18.1. Actividades de prensa de la FIFA y el COL

18.1.1. Reglas generales: las FMP deberán cumplir las siguientes disposiciones en las actividades de prensa de la FIFA o el COL:

- (i) Las FMP no estarán autorizadas a presentar, distribuir o exhibir en modo alguno publicidad o marcas de terceros, incluidos los afiliados de la FMP, partes contractuales de esta o miembros de su delegación. Esta restricción incluye, entre otros, fondos publicitarios, señalización, productos, servicios, y —a menos que esté permitido en el Reglamento de Equipamiento o autorizado conforme a lo estipulado en el art. 11 precedente— marcas en el equipamiento o accesorios que usen los jugadores y otros miembros de la delegación (v. art. 11, apdo. 2 precedente).
- (ii) No se permitirá la distribución de directrices de prensa y otras publicaciones por o en nombre de ninguna FMP, de sus afiliados o de terceros en las actividades de prensa de la FIFA o el COL, a menos que la FIFA lo autorice previamente.
- (iii) Ningún jugador o miembro de la delegación podrá hacer referencia verbal a:
 - afiliados de las FMP o partes contractuales de la misma;
 - patrocinadores, proveedores o partes contractuales de algún miembro de la delegación, o partes
 - otra entidad comercial.

18.1.2. Actividades de prensa de la FIFA y el COL en los estadios de la fase final: durante la fase final del Mundial, las FMP estarán obligadas a participar en las actividades de prensa de la FIFA y el COL que tengan lugar en los estadios oficiales del campeonato en los que las FMP disputen partidos de la competición. Deberán apoyar estas actividades de la manera siguiente:

- i) Actividades de prensa en las sesiones oficiales de entrenamiento
El día previo a la disputa de un partido y por lo que respecta a la sesión oficial de entrenamiento en el estadio oficial del campeonato, las FMP deberán garantizar lo siguiente:

- (a) la prensa tendrá acceso a la sesión oficial de entrenamiento durante los quince primeros minutos de la misma; y
- (b) a la rueda de prensa oficial organizada por la FIFA en el estadio de la competición a la conclusión de la sesión oficial de entrenamiento deberán asistir el seleccionador y al menos un integrante del once inicial confirmado para el partido. Esta rueda de prensa tendrá lugar en el estadio oficial de la competición, independientemente de que la sesión de entrenamiento haya tenido lugar en dicho estadio o si se ha realizado una sesión de entrenamiento completa.
- ii) Actividades de prensa los días de partido
El día del partido, la FMP deberá garantizar su participación en las siguientes actividades de prensa de la FIFA y del COL coordinadas por la primera en el estadio oficial de la competición:
- (c) a la llegada de la delegación antes del inicio del partido, el seleccionador u otros miembros de la delegación que no sean los once jugadores titulares elegidos para disputar el partido de inicio, deberán estar disponibles para las «entrevistas a la llegada de la selección»;
- (d) durante el descanso, el seleccionador u otros miembros de la delegación que no sean los once jugadores titulares elegidos para disputar el partido de inicio, podrán ser requeridos por los licenciarios de los derechos audiovisuales para realizar una breve entrevista (entrevista «flash») en un lugar determinado, siempre que así lo autorice el miembro de la delegación y se cuente con la aprobación de la FIFA;
- (e) a la conclusión de los partidos de la fase final del Mundial, el seleccionador de la FMP y algunos jugadores podrán ser requeridos por los licenciarios de los derechos audiovisuales para realizar:
- entrevistas «flash» en el terreno de juego, junto al área técnica, en el túnel de vestuarios o cerca de los mismos vestuarios; y
 - entrevistas en los estudios de TV de los licenciarios de los derechos audiovisuales.
- (f) a la conclusión de los partidos de la fase final del Mundial, el seleccionador de la FMP y el futbolista elegido como «jugador del partido» deberán realizar la rueda de prensa oficial pospartido; y
- (g) a la conclusión de los partidos de la fase final del Mundial, la FMP deberá garantizar que al menos uno de los futbolistas que participaron en el partido se pondrá a disposición del equipo de FIFA TV o de su subcontrata para realizar una entrevista en un área previa a la zona mixta del estadio. Además,

los jugadores de las dos selecciones participantes en el partido deberán pasar por la zona mixta habilitada en el estadio de la fase final del Mundial.

18.1.3. Actividades de prensa de la FIFA y el COL en las instalaciones oficiales de entrenamiento: las FMP deberán colaborar y velar por que los miembros de su delegación colaboren, en la medida de lo posible, con la FIFA y el COL en sus actividades de prensa tras las sesiones de entrenamiento realizadas fuera de los estadios oficiales de la competición durante el periodo de la fase final del Mundial, de acuerdo con los siguientes términos y condiciones:

- i) prevalecerán siempre los factores deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación;
- ii) la FMP dispondrá en su «cuartel general» (ya sea en hotel de concentración o en las instalaciones de entrenamiento adyacentes) un espacio dedicado a la prensa que cubra sus necesidades, incluidas las de los equipos de FIFA TV. Estas instalaciones no podrán ubicarse en zonas de acceso al público. En un futuro, la FIFA podría publicar disposiciones instrucciones específicas con respecto a estas instalaciones;
- iii) al inicio de cada sesión de entrenamiento, las FMP permitirán el acceso durante quince minutos a los oficiales de la FIFA y los periodistas acreditados, con independencia de su nacionalidad, a las zonas destinadas a la prensa en las instalaciones oficiales de entrenamiento;
- iv) con la única excepción de una sesión de entrenamiento previa a cada uno de los partidos de la fase final del Mundial, la prensa tendrá acceso a todas las sesiones de entrenamiento de las FMP. Las FMP comunicarán a la FIFA por escrito su intención de impedir el acceso de la prensa a un entrenamiento tras los quince minutos de acceso permitido a los oficiales de la FIFA y los periodistas acreditados; y
- v) los oficiales de la FIFA y los periodistas acreditados no podrán en ningún caso entrar en el terreno de juego antes, durante o después del entrenamiento;

18.1.4. Actividades de prensa de la FIFA y el COL en los hoteles de concentración: las FMP deberán colaborar y velar por que los miembros de su delegación colaboren, en la medida de lo posible, con la FIFA y el COL en sus actividades de prensa en los hoteles principales de concentración y en los que ocupen en las distintas sedes, teniendo siempre presente que prevalecerán en todo momento los factores deportivos y la privacidad de los miembros de las delegaciones.

18.2. Actividades de prensa de las FMP

18.2.1. Principios generales: a excepción de lo especificado en el art. 18, apdos. 2.2 y 2.3, no puede realizarse ninguna actividad de prensa de las FMP en una zona controlada.

- 18.2.2. Instalaciones oficiales de entrenamiento: se permitirá a las FMP organizar actividades de prensa en lugares designados por la FIFA, en estancias cerradas dentro de las instalaciones de entrenamiento oficiales, a condición de que cumplan las disposiciones del art. 18, apdo. 1.1 precedente. Quedan terminantemente prohibidas las actividades de prensa de las FMP en las instalaciones oficiales de entrenamiento o la disposición de fondos de prensa fuera de la estancia designada por la FIFA.
- 18.2.3. Hoteles de concentración se permitirá a las FMP organizar actividades de prensa en las salas especiales designadas por la FIFA en el principal hotel de concentración o en los que ocupen cuando visiten otras sedes, siempre que cumplan las disposiciones del art. 19, apdo. 1.1 precedente. Estas actividades no podrán desarrollarse en el vestíbulo del hotel de concentración; el interior de la sala tampoco podrá ser visible desde el vestíbulo del hotel. Quedan terminantemente prohibidas las actividades de prensa de las FMP en el hotel de concentración o la disposición de fondos de prensa fuera de la sala designada por la FIFA.

19. ACTIVIDADES DE PRENSA DE LAS FMP FUERA DE LAS ZONAS CONTROLADAS

19.1. Actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas

Las FMP podrán organizar actividades de prensa fuera de las zonas controladas. A no ser que se estipule explícitamente lo contrario en el art. 19, apdo 1.1, serán de aplicación los términos y condiciones del presente reglamento para las actividades de prensa de las FMP organizadas fuera de las zonas controladas, en especial las restricciones estipuladas en el art. 18, apdo. 1.1 precedente.

En relación con las actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas, serán de aplicación las siguientes disposiciones:

- 19.1.1. Fondos de prensa: Durante las actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas, estas federaciones podrán disponer un fondo de prensa detrás de los miembros de la delegación en el que aparezca publicidad o marcas de terceros —es como los afiliados de la FMP—, siempre que la publicidad y las marcas:
- a) no puedan crear, en opinión de la FIFA, vínculo alguno entre dichos terceros y la FIFA, el COL o la competición (o a sus partes, tales como la competición preliminar o la fase final del Mundial);
 - b) no muestren las marcas de la competición ni hagan ninguna otra referencia a la FIFA, al COL o a la competición (o a sus partes);
 - c) no muestren el escudo de la FMP, en estricto cumplimiento de los términos y condiciones estipulados en el Reglamento de Equipamiento); y
 - d) no muestren una relación ambigua entre dichos terceros y la FP (p. ej., «patrocinador oficial de la FMP»).

Si durante la fase final del Mundial las FMP quisieran utilizar un fondo de prensa fuera de las zonas controladas, será necesaria la aprobación previa por escrito de la FIFA.

20. USO DE LOS MEDIOS DIGITALES

20.1. Uso de los medios digitales por parte de los miembros de las delegaciones

A fin de preservar la privacidad de todos los miembros de las delegaciones de los equipos, de los oficiales de la FIFA, la integridad del deporte, de la FIFA y de la fase final, así como la integridad de los derechos de marketing y los audiovisuales, las federaciones miembro participantes deben garantizar que los miembros de las delegaciones que carguen contenidos relacionados con sus experiencias personales en la fase final del Mundial, la fase final en general o aspectos vinculados en medios digitales cumplan los presentes términos y condiciones:

- (i) los miembros de las delegaciones no podrán cargar ni colgar contenido mientras se encuentren en una zona controlada, salvo en los hoteles de concentración y las zonas de prensa de las FMP en las instalaciones oficiales de entrenamiento, durante la fase final del Mundial;
- (ii) el contenido publicado o subido deberá referirse exclusivamente a su propia experiencia personal con respecto a la competición. Sin menoscabo de lo anterior, dicha contribución no contendrá ni entrevistas ni información sobre otros miembros de la delegación, miembros de la delegación del equipo contrario ni sobre los oficiales de la FIFA.
- (iii) Los miembros de las delegaciones no deberán publicar ningún tipo de información confidencial o privada de terceros, lo que incluye, entre otros tipos, información que comprometa la seguridad o la celebración de la fase final, la seguridad de las federaciones miembro participantes y de las delegaciones o la privacidad de cualquier otro miembro de las delegaciones de cualesquiera federaciones o de los oficiales de la FIFA;
- (iv) El contenido publicado o subido deberá ser en todo momento decoroso, de buen gusto y fiel reflejo del espíritu de deportividad.
- (v) Con excepción de lo que permita explícitamente esta subsección (v), los miembros de las delegaciones de los equipos no podrán hacer uso de las marcas de la competición. Los miembros de las delegaciones podrán utilizar:
 - «Copa Mundial de la FIFA™» (incluido el equivalente y el «™» en todos los idiomas) y cualquiera de sus variaciones, tanto si está registrada o si puede registrarse;
 - «Copa Mundial» (incluido su equivalente en todos los idiomas o formatos);
 - otras palabras referidas a la FIFA en redes sociales o blogs,

siempre que la palabra «FIFA» u otras referidas a la Copa Mundial de la FIFA™ no se asocien a terceros o a productos o servicios de terceros y en ningún caso se utilicen con fines comerciales;

- (vi) los miembros de las delegaciones no deberán incluir en sus aportaciones a sus medios digitales referencia comercial alguna. En especial, esto implica que no podrán ofrecer ni

vender a terceros oportunidades de publicidad y patrocinio en conexión con la FIFA o con la competición.

- (vii) Los miembros de las delegaciones podrán aportar contenidos relacionados con la FIFA o la competición en medios digitales o en las instalaciones de terceros siempre que no exista asociación alguna de carácter comercial entre, por un lado, esta tercera parte u otras empresas o productos y, por otro, el contenido referido a la FIFA o la competición, y que dicho contenido en ningún caso se utilice con fines comerciales;
- (viii) los miembros de las delegaciones se abstendrán de utilizar en forma de publicidad parasitaria el contenido relacionado con la FIFA o la competición y deberán velar por que tampoco lo utilicen terceros del mismo modo;
- (ix) los miembros de las delegaciones no podrán firmar ningún tipo de acuerdo de exclusividad comercial o no comercial con terceros en relación con la aportación de contenidos referentes a la FIFA o la competición;
- (x) los miembros de las delegaciones no podrán utilizar aquellos nombres de dominio que incluyan las palabras «FIFA» o «Copa Mundial» o sus variaciones. Durante la fase final del Mundial, los miembros de las delegaciones podrán crear subdominios que hagan referencia a la fase final del Mundial, como p. ej. [minombre].com/CopaMundialdeRusia;
- (xi) Con objeto de facilitar el acceso a la información referida a la FIFA, se recomienda a los miembros de las delegaciones de los equipos que, de conformidad con el presente reglamento, incluyan en los contenidos relacionados con la FIFA o la competición que añadan en sus blogs un enlace a FIFA.com o a otra plataforma digital utilizada u operada por la FIFA.

Las federaciones miembro participantes deberán informar a los miembros de su delegación de que, cuando estos decidan expresarse públicamente a través de medios digitales, se harán enteramente responsable de la opinión, declaración o comentario vertido. Todo aquel que realice aportaciones a los medios digitales o a blogs se hace responsable del carácter difamatorio, obsceno o contrario a la propiedad intelectual que dicha aportación pudiera contener.

PARTE G: **VARIOS**

21. VARIOS

21.1. Código Disciplinario de la FIFA

Si una federación miembro incumple alguna de las disposiciones del presente reglamento, estará sujeta a las sanciones impuestas por la Comisión Disciplinaria de la FIFA. Las FMP son enteramente responsables de que los miembros de sus delegaciones, así como sus afiliados o cualquier otra parte contractual, cumplan íntegramente este reglamento. Las FMNP son enteramente responsables de que los miembros de sus delegaciones, así como sus afiliados o cualquier otra parte contractual, cumplan íntegramente este reglamento. Las FMP y las FMNP

deberán informar inmediatamente a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual sobre el contenido de estas directrices y velar por que sus afiliados las cumplan.

21.2. Objetos prohibidos

Todo objeto utilizado por una FMP o cualquiera de los miembros de la delegación en una zona controlada que no cumpla con lo estipulado en el presente reglamento, será retirado, confiscado o cubierto a discreción de los oficiales de la FIFA. De este modo, las FMP también podrán estar sujetas a las sanciones impuestas por la Comisión Disciplinaria de la FIFA.

21.3. Exención de responsabilidad

La FIFA no será responsable ante las federaciones miembro de ninguna pérdida, pago, daño, o coste alguno que pueda producirse como resultado de o en relación con las disposiciones contenidas en el presente reglamento, en el reglamento de la competición o el Reglamento de Equipamiento.

21.4. Discrepancias

En caso de que existan disposiciones contradictorias en el Reglamento de la Competición y el Reglamento de Equipamiento con respecto a las estipulaciones recogidas en el presente reglamento, prevalecerá este último. Por tanto, se modificarán como corresponda los términos y condiciones correspondientes del reglamento de la competición o el Reglamento de Equipamiento.

21.5. Cambios

Previa notificación a las FMP, la FIFA podrá modificar el presente reglamento en cualquier momento y a su entera discreción.

La FIFA se reserva el derecho a publicar a su sola discreción directrices y circulares que aclaren en detalle este reglamento o alguna de sus partes en cualquier momento antes del inicio de la competición.

21.6. Idiomas

El presente reglamento se publicará en los cuatro idiomas oficiales de la FIFA: alemán, español, francés e inglés. En caso de discrepancias en la interpretación del reglamento en estos cuatro idiomas, la versión en inglés será la vinculante.

21.7. Declaración de renuncia

Toda renuncia por parte de la FIFA a actuar en caso de incumplimiento del presente reglamento (y de todo documento mencionado en este reglamento) no tendrá efecto ni se interpretará como una renuncia a actuar en caso de otro incumplimiento de tales disposiciones o de incumplimiento de otra disposición o una renuncia a cualquier otro derecho que emane de este reglamento o de otros documentos. Solo serán válidas las renunciaciones por escrito. En caso de que la FIFA decida no insistir en una o más ocasiones en el estricto cumplimiento de las disposiciones del presente reglamento, o de los documentos mencionados en él, este hecho no será considerado una renuncia a dicha disposición, ni privará a la FIFA del derecho a insistir ulteriormente en el estricto cumplimiento de la misma o de cualquier otra provisión de este reglamento, o de cualquier otro documento mencionado en él.

21.8. Entrada en vigor

El presente reglamento ha sido ratificado por el Consejo de la FIFA y entra en vigor con efecto inmediato.