

REGLAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN Y TRANSMISIÓN DE LA Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017

DEFINICIONES

Actividad de prensa de la FIFA o el COL: toda actividad de prensa, como ruedas de prensa o entrevistas, que tenga lugar en una instalación de la competición o en una instalación de entrenamiento oficial, independientemente de quién organice dicha rueda de prensa o entrevista, así como las ruedas de prensa o entrevistas organizadas y/o supervisadas por la FIFA o el COL, independientemente de donde tenga lugar dicha actividad.

Actividad de prensa de la FMP: toda actividad que cuente con la participación de los medios de comunicación, como ruedas de prensa o entrevistas, realizada por o en nombre de una federación miembro participante y que no sea una actividad de prensa oficial de la FIFA o el COL.

Acuerdos sobre asignación de entradas: acuerdos elaborados por la FIFA para todas las federaciones miembro participantes i) relacionados con la asignación de entradas a la federación miembro participante para la competición, y ii) que establecen las condiciones que las federaciones miembro participantes 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 participantes para la competición.

Afiliado comercial: toda entidad a la que la FIFA o cualquier mandatario de la FIFA concede derechos de patrocinio en relación con, entre otros, la competición, a saber: socios de la FIFA, patrocinadores de la Copa Mundial de la FIFA, promotores regionales y licenciatarios de marcas. El término «afiliados comerciales» excluye a los licenciatarios de los derechos de transmisión.

Afiliado de la FMP: afiliado comercial de las federaciones miembro participantes, incluyendo toda compañía afiliada, titular de licencia, agente, patrocinador, socio de marketing, de prensa u otro socio comercial, que sea designado directa o indirectamente por la correspondiente federación miembro participante o su persona nombrada.

COL: Comité Organizador Local de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018.

Competición: toda la competición de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017, que disputarán en la Federación Rusa los equipos participantes.

Confederación: cada una de las confederaciones reconocidas por la FIFA, a saber: la AFC, la CAF, la CONCACAF, la CONMEBOL, la UEFA y la OFC.

Delegación del equipo: de manera colectiva, todos los miembros de la delegación del equipo de la federación miembro participante.

Derechos de comercialización: en todos los medios, los derechos publicitarios, derechos promocionales, derechos de autorización, derechos de federación, derechos de bonificación y obsequios, derechos de marketing, derechos de comercialización y concesión de licencias, derechos de concesiones, derechos de patrocinio, derechos de hospitalidad, derechos de viaje y turismo, derechos sobre las entradas, derechos de alojamiento, derechos de edición, derechos de apuestas o juegos, derechos de venta al por menor, derechos musicales y cualquier otro derecho y/u oportunidad comercial asociada relacionados con la competición en la medida en que tales derechos no sean derechos de transmisión.

Derechos de exhibición pública: i) todos los derechos de transmisión, a través de cualquier medio, de imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro o audiovisual, textos y datos por cualquier medio, de la competición y/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, establecimientos militares, centros educativos, hospitales y cualquier otro lugar público; y ii) todos los derechos de organizar y albergar un evento en el que el público pueda ver/escuchar esa transmisión (independientemente de si tal exhibición esté abierta al público en general); y iii) todos los derechos para explotar oportunidades comerciales (incluidos, entre otros, el pago de entradas, el patrocinio, la venta de artículos, el patrocinio de transmisión y las oportunidades para proveedores) que provengan de tales eventos o estén relacionados con ellos, y la transmisión y/o exhibición. Para disipar cualquier duda, los derechos de exhibición pública excluyen los derechos de proyección en vuelo.

Derechos de fijación: aquellos derechos de exhibir, explotar y/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 señales básicas, como la señal de transmisión internacional continua de video, señales múltiples, señales adicionales, cobertura unilateral, materiales 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 aparato magnético, electrónico o digital de almacenamiento, como, por ejemplo DVD, VHS o CD-ROM.

Derechos de proyección en embarcaciones: i) todos los derechos para transmitir y/o exhibir, a través de cualquier medio, imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro o audiovisual, textos y datos de las ceremonias y/o la competición o relacionado con estas últimas, en directo y/o de otra manera, para su recepción y/o exhibición en embarcaciones en océanos, mares y aguas de todo el mundo 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, el patrocinio de transmisión y las oportunidades de publicidad durante la emisión) provenientes y/o en relación con dicha transmisión y exhibición.

Derechos de proyección en vuelo: i) todos los derechos para transmitir y/o exhibir, a través de cualquier medio o plataforma, imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro o audiovisual, textos y datos de las ceremonias y/o la competición o relacionado con estas últimas, en directo y/o de otra manera, para su recepción y/o exhibición a través de cualquier sistema de entretenimiento de proyección en vuelo en todos los aviones del mundo; y ii) todos los derechos para explotar las oportunidades comerciales (incluido, por ejemplo, el patrocinio de transmisión y las oportunidades de publicidad durante la emisión) provenientes y/o en relación con dicha transmisión y exhibición.

Derechos de transmisión: derechos que autorizan a notificar sobre, registrar, transmitir o explotar de otra manera imágenes, fijas o en movimiento, material sonoro audiovisual, textos y datos por cualquier medio, conocido o por descubrir, desarrollado o inventado posteriormente, cualquier aspecto o elemento de la competición que tenga lugar en cualquier zona, en directo y/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 y/o transmitir la señal básica audiovisual (o cualquier señal suplementaria) y el derecho a transmitir los comentarios radiofónicos de cualquier partido de la competición constituyen derechos de transmisión. Los derechos de transmisión incluyen el derecho a grabar, crear y explotar la película oficial de la competición y/o productos y programación audiovisual similar, e incluyen los derechos de fijación, los derechos de exhibición pública y los derechos de proyección en vuelo y en embarcaciones.

Día de partido: día natural durante el periodo de la competición en el que se haya programado un partido.

Dispositivo móvil: cualquier aparato inalámbrico, conocido, desarrollado o inventado en el futuro, que esté i) diseñado o adaptado para funcionar mientras el usuario está en movimiento; y ii) con la capacidad de recibir claramente material sonoro, visual, fijo o en movimiento y/o material audiovisual; y iii) concebido para llevar en la mano o instalarlo en un vehículo, pero con excepción expresa de cualquier receptor televisivo, sea portátil o instalado en un vehículo, que no cuente con telefonía o la capacidad integrada de comunicación bidireccional.

Documentos sobre la distribución de entradas: de forma colectiva, el Reglamento sobre entradas de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017, los Requisitos sobre las entradas para las federaciones miembro, que supone un anexo a los Acuerdos de distribución de entradas, los Términos y Condiciones Generales para el uso de las entradas de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017, el Reglamento de venta de entradas de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017, incluida, aunque sin limitarse a ella, cualquier recopilación de datos y normas para la protección, el Código de conducta en los estadios de la competición y toda decisión o reglamento futuro que pueda adoptar la FIFA en materia de venta y uso de las entradas de la competición.

Equipamiento: todas las prendas y artículos que figuren en el anexo A del Reglamento de Equipamiento, incluidos los artículos deportivos, las piezas de equipamiento especial y otras piezas.

Equipamiento de juego: todos los componentes y todas las piezas (camisetas, pantalones cortos y medias) que lleven los jugadores y sustitutos de los equipos participantes durante un partido de la competición.

Equipamiento especial: todas las piezas de equipamiento que no formen el equipamiento de juego.

Equipo de grabación de FIFA TV: todo equipo de grabación designados o controlados por la división de Televisión de la FIFA o sus subcontratados para grabar imágenes estáticas y en movimiento durante el periodo de la competición en los estadios, instalaciones oficiales de entrenamiento, hoteles de concentración de los equipos y los centros de prensa de las federaciones miembro participantes de dicha competición para las múltiples finalidades de la FIFA y sus licenciatarios de derechos de transmisión.

Equipo participante: combinado que representa a una federación miembro participante durante la competición.

Estadio de la competición: todo estadio en que se disputen partidos de la competición, incluidas todas las áreas que están dentro del perímetro externo de seguridad del estadio.

Federación miembro: toda federación nacional de fútbol afiliada a la FIFA, independientemente de si su equipo representativo participa o no en la competición.

Federación miembro anfitriona: Federación Rusa de Fútbol (FRF), que ha sido nombrada por la FIFA para organizar, albergar y celebrar la competición. Como tal, la federación miembro anfitriona está clasificada automáticamente como equipo participante en la competición y representa a una de las ocho federaciones miembro participantes.

Federación miembro participante (FMP): cada una de las ocho federaciones miembro cuyos equipos representativos se han clasificado para la competición en calidad de equipos participantes.

FIFA: Fédération Internationale de Football Association.

Hotel de concentración: todo hotel oficial (incluido el terreno del hotel), los hoteles de concentración de una sede específica o cualquier otro hotel de la FIFA en que se aloje un equipo participante durante la competición.

Instalación de entrenamiento oficial: campo de entrenamiento que la FIFA y/o el COL pongan a disposición de las federaciones miembro participantes a fin de que sus equipos los utilicen para entrenamientos (incluyendo todas las instalaciones que se encuentren en el campo de entrenamiento o adyacentes a él) pero con la exclusión específica de los estadios de la competición.

Invitados de la FMP: todos los representantes, personal, familiares, acompañantes, afiliados de la federación miembro participante o terceros contratados por la federación miembro participante, invitados privados o cualquier otro individuo o entidad para los cuales la federación miembro participante destine entradas para la competición.

Logotipo compuesto: grafismo en el que figuran el emblema oficial de la competición y el emblema de una federación miembro participante.

Marcas de la competición: comprende las siguientes marcas (en todos los idiomas):

- el texto «Copa FIFA Confederaciones» (incluido el equivalente en todos los idiomas) en todas sus variantes, tanto si están registradas como si pueden registrarse;
- el texto «Copa Confederaciones» (incluido el equivalente en todos los idiomas);
- el emblema oficial de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017;
- el trofeo de la Copa FIFA Confederaciones; 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 que poseen las federaciones miembro participantes, incluida toda traducción y variación de los mismos, independientemente de si esté registrada o pueda registrarse.

Marketing no autorizado (*ambush marketing*): todo intento por parte de una entidad de obtener, sin autorización, una federación comercial con la competición misma, o explotar el fondo de comercio y la publicidad generados por la Copa FIFA Confederaciones o por la FIFA, de una manera que no esté autorizada por la FIFA.

Medio digital: toda plataforma de comunicación e interacción que usa o facilita de algún modo el tráfico de contenido digital (ya sea contenido existente o contenido que se crea, elabora y desarrolla de forma inédita), de acceso general abierto o restringido, con fines personales o comerciales, como son, entre otros, las plataformas o los medios basados en internet, ordenadores, dispositivos móviles y toda tecnología, red o plataforma digital que permitan distribuir, divulgar o comunicar información o cuente con otras funciones, como las redes y plataformas sociales Facebook, Twitter, Google+, YouTube, flickr, etc. o *blogs*, páginas web, aplicaciones móviles y otras herramientas de comunicación similares.

Medio digital de la FMP: todo medio digital utilizado u operado directamente por una federación miembro participante o alguien en su nombre.

Miembro de la delegación del equipo: jugadores, entrenadores, directores técnicos, oficiales, representantes de prensa, representantes e invitados de una federación miembro participante.

Nombres de la competición: comprende los siguientes nombres oficiales de la competición:

- el texto «Copa FIFA Confederaciones 2017» (incluido el equivalente en todos los idiomas); y
- el texto «Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017» (incluido el equivalente en todos los idiomas).

Oficiales de la FIFA: de manera general, i) el personal de la FIFA y el resto de oficiales y personas designadas con acreditación de la FIFA; ii) el personal del COL y demás oficiales del COL; iii) todos los oficiales de partido



designados, tales como árbitros, árbitros asistentes, cuartos árbitros, quintos árbitros, así como todo árbitro asistente; y iv) toda persona que forme parte de la delegación de la FIFA o el COL.

Partidos de la competición: los 16 partidos de fútbol que se disputarán en la competición.

Patrocinadores de la Copa Mundial de la FIFA™: entidades a las que la FIFA cede el paquete de publicidad mundial más extenso, con derechos promocionales y de comercialización relacionados con las Copas Mundiales de la FIFA™ y la Copa FIFA Confederaciones.

Periodo de la competición: periodo comprendido entre los cinco (5) días previos al partido de la competición del equipo participante y los siete (7) días posteriores al partido final de la competición.

Promotor continental: Toda entidad a la que la FIFA concede el tercer paquete más competitivo de derechos publicitarios, promocionales y comerciales relacionados con la Copa Mundial de la FIFA™ y la Copa FIFA Confederaciones, los cuales podrán ejercerse en el ámbito continental.

Reglamento de Equipamiento: Reglamento de Equipamiento de la FIFA, aprobado por el Comité Ejecutivo de la FIFA el 25 de septiembre de 2015, sujeto a posibles enmiendas por parte de la FIFA cada cierto tiempo.

Reglamento de la competición: Reglamento de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017, elaborado por la FIFA; constituye el reglamento vinculante redactado por la FIFA para la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017 que regula los derechos, deberes y responsabilidades de todas las federaciones miembro participantes en la competición.

Réplica del trofeo: copia prácticamente indistinguible del trofeo.

Socio FIFA: define a toda entidad a la que la FIFA concede el paquete más completo de publicidad mundial y derechos promocionales y de comercialización relacionados con la FIFA, las actividades de la FIFA y los torneos organizados y/o auspiciados por la FIFA, incluida la competición. Los Socios FIFA tienen el nivel más alto de asociación comercial con la FIFA y las competiciones de fútbol organizadas o auspiciadas por la FIFA.

Territorio de la competición: Federación Rusa.

Trofeo: trofeo original de la Copa Mundial de la FIFA que la FIFA entregará al ganador de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017.

Zona controlada: las siguientes zonas:

- i) los estadios de la competición;
- ii) las instalaciones oficiales de entrenamiento;
- iii) todos los hoteles del equipo y hoteles de la FIFA;
- iv) todas las actividades de prensa de la FIFA o el COL;
- v) los lugares donde se celebren eventos complementarios oficiales (como el banquete de la FIFA);
- vi) los centros de acreditación; y
- viii) aquellas áreas en las que se exija la acreditación oficial de la competición para permitir el acceso (incluidos, entre otros, los vestuarios, las tribunas, las zonas mixtas, las salas para entrevistas, los centros de prensa y televisión, y las salas VIP) y el emplazamiento de recepciones oficiales de la FIFA o el COL relacionadas con la competición, ruedas de prensa y actos con la prensa.

PREÁMBULO: OBJETO DEL REGLAMENTO

1.1 Formato de la competición: la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017 solo consta de una competición final, con las siguientes ocho (8) selecciones clasificadas para participar en ella:

- Australia ganador de la Copa Asiática de la AFC 2015;
- un miembro de la CAF futuro ganador de la Copa Africana de Naciones de la CAF 2017;
- México ganador de la Copa de la CONCACAF 2015;
- Chile ganador de la Copa América 2015;
- Nueva Zelanda ganador de la Copa de Naciones de la OFC 2016;
- Portugal ganador de la Eurocopa de la UEFA 2016;
- Alemania ganador de la Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014™;
- Rusia país anfitrión.

Este Reglamento de comercialización y transmisión rige (i) la manera en que se han de explotar todos los derechos comerciales de la competición y (ii) la manera en que se protegen los derechos de comercialización y transmisión en beneficio de la FIFA y las federaciones miembro.

1.2 Finalidad del reglamento: en vista del apoyo permanente que los afiliados comerciales y los licenciarios de los derechos de transmisión brindan a la Copa FIFA Confederaciones, y teniendo en cuenta las ingentes cantidades de dinero que estos abonan por los derechos adquiridos, la FIFA ha elaborado este reglamento de comercialización y transmisión para asegurarse de que las federaciones miembro participantes hagan un uso correcto de los derechos comerciales que les garantiza la FIFA, y que estas (y sus socios comerciales) participan en la total protección de los derechos comerciales de la competición. En última instancia, la aplicación adecuada de este reglamento no solo beneficiará directamente a las federaciones miembro participantes, sino también a todas las federaciones miembro y al balompié en su conjunto.

PARTE A: GENERALIDADES

PROPIEDAD Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS

2. Introducción

2.1 Propiedad de los derechos: de conformidad con el reglamento de la competición, y al enviar el formulario oficial de inscripción completado para la competición a la secretaría general de la FIFA, las FMP reconocen que, según los términos y las condiciones establecidos en este reglamento de comercialización y transmisión, la FIFA, como fundadora de la Copa Mundial de la FIFA y como órgano rector del fútbol mundial, así como de conformidad con sus contribuciones, funciones y responsabilidades organizativas, logísticas y financieras en relación con la competición, es la propietaria y controla de forma única y exclusiva, en todo el mundo, todos los derechos de transmisión, los derechos de comercialización, los derechos de propiedad intelectual y cualquier otro derecho u oportunidad comercial (incluidos títulos e intereses en la competición, así como los partidos de la competición y todos los actos complementarios organizados en el marco de la competición), que exista o se cree en el futuro.

2.2 Colaboración de las federaciones miembro participantes: por regla general, las FMP deberán acatar rigurosamente las condiciones que se enumeran en el reglamento de comercialización y transmisión en relación con la participación de su equipo representativo en la competición. Las federaciones miembro participantes también asumirán toda la responsabilidad del cumplimiento cabal de este reglamento por parte de todos los miembros de la delegación de su equipo, sus afiliados y cualquier otra parte que mantenga una relación contractual con las federaciones miembro participantes y, por tanto, deberán comunicar inmediatamente el contenido del presente reglamento a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual. Las FMP deberán solicitar a sus afiliados y a terceros contratados que cumplan cabalmente todas las 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 de equipo, sus afiliados y cualquier otra parte contractual de las FMP.

2.3 Principio básico: **ningún tercero que no haya sido autorizado por la FIFA podrá emprender una actividad, a excepción de las permitidas en este reglamento, que pueda dar lugar a cualquier tipo de asociación entre dichos terceros y la competición y/o la FIFA, o que explote directa o indirectamente el fondo de comercio asociado a la competición o alguna de las fases de la competición o a la FIFA.**

Toda FMP deberá comunicar a la FIFA, inmediatamente después de que sea de su conocimiento y por escrito, cualquier infracción en el cumplimiento de este reglamento.

2.4 Transferencia de los 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 (sea en virtud de albergar u organizar cualquier partido de la competición, en el caso de la federación miembro anfitriona, o en virtud de participar en cualquier partido de la competición o bien cualquier otro motivo), resulte ser propietaria de alguno de los derechos relacionados con la competición, con cualquier partido de esta, o con cualquier evento complementario a la misma, o tenga el control sobre dichos derechos, la confederación respectiva, la federación miembro anfitriona u otra FMP cederá y/o transferirá incondicionalmente a la FIFA todos los derechos mencionados para su libre

explotación, gratuitamente y a perpetuidad, y renunciará a ejercer y/o explotar dichos derechos o a cederlos a terceros para que los ejerzan.

- 2.5 Marcas de la FMP: a fin de facilitar la aplicación del presente reglamento, según los términos y condiciones establecidas más adelante, cada federación miembro participante cede a la FIFA el derecho de utilizar y/o sublicenciar el derecho a usar, a perpetuidad y gratuitamente, cualquiera de las marcas de la FMP, así como las representaciones visuales del equipamiento de juego y uniformes relacionados con la participación de la FMP en la competición.

El derecho de la FIFA a utilizar y/o sublicenciar tales marcas de la FMP y las representaciones visuales del equipamiento de juego y uniformes será exclusivo respecto a la filmación, grabación y emisión de los partidos de la competición por cualquier medio.

El derecho de la FIFA a utilizar y/o sublicenciar tales marcas de la APM y las representaciones visuales del equipamiento de juego y uniformes 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 juegos electrónicos, los productos y servicios sobre los medios, la comercialización, los productos filatélicos y numismáticos o cualquier otro producto.

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

- i) suponga que alguna federación miembro participante promociona un producto o marca de alguna entidad comercial, incluidos los afiliados comerciales;
- ii) sea engañosa o confusa;
- iii) comprometa o mancille el buen nombre de la federación miembro participante, su fondo de comercio, 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 federación miembro participante en la marca de la FMP.

Con la sola excepción del uso por parte de la FIFA de las marcas de la APM 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 tres (3) otras marcas de la FMP o una marca de la competición; y
- ii) se asegurará de que ninguna marca de una sola FMP predomine sobre cualquier otra marca de otra FMP en cualquier artículo comercial oficial o material promocional.

- 2.6 Cooperación y consentimiento de la delegación del equipo: a fin de facilitar la aplicación del presente reglamento, cada FMP i) deberá asegurarse de que todos los miembros de la delegación del equipo participen en una fotografía y un video de la FIFA (fotografías e imágenes tomadas para uso y/o sublicencia de la FIFA según el resto de este apartado) y ii) obtendrá una confirmación escrita de cada miembro de la delegación del equipo sobre el derecho de la FIFA a usar y/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, incluida cualquier imagen fija o en movimiento de los miembros, que

aparezca o surja en relación con la participación de los miembros de la delegación del equipo en la competición (incluidas, entre otras, las fotografías de los miembros de la delegación de equipo tomadas para su acreditación). La FIFA no podrá utilizar las grabaciones, nombres, fotografías e imágenes de los miembros de la delegación del equipo (incluida cualquier imagen fija o en movimiento de los mismos) de ninguna manera que pudiera implicar que cualquier FMP y/o miembro de la delegación del equipo promociona los productos o marcas de cualquier entidad comercial, incluido cualquier afiliado comercial.

El derecho de la FIFA a utilizar y/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 competición o de cualquier producto de los medios relacionado con la competición o con la FIFA (p. ej.: la película oficial de la FIFA) por cualquier medio.

El derecho de la FIFA a utilizar y/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 del equipo promociona los productos o marcas de cualquier entidad comercial, incluido cualquier afiliado comercial.

- 2.7 Colaboración con la prensa: las FMP deben colaborar y velar por que cada miembro de la delegación del equipo colabore, en la medida de lo posible, con la FIFA, los editores de FIFA.com designados por la FIFA y los periodistas acreditados en las actividades de prensa durante el periodo de la competición.
- 2.8 Futuras ediciones de la Copa FIFA Confederaciones: con la finalidad de facilitar la explotación de futuras ediciones de la Copa FIFA Confederaciones, la FIFA podrá modificar el reglamento de comercialización y transmisión en relación con la explotación de estos derechos en futuras ediciones de la Copa FIFA Confederaciones. Las federaciones miembro deberán garantizar en sus acuerdos con todos los afiliados de las FMP y/o con cualquier otra parte contractual de las federaciones miembro la aplicación necesaria de los derechos de comercialización y transmisión estipulados por la FIFA en las ediciones futuras del reglamento de comercialización y transmisión de la Copa FIFA Confederaciones.

3. Marcas de la competición

- 3.1 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 de desarrollar cualquier marca, logotipo y símbolos para la competición y/o relacionados con esta.
- 3.2 Prohibición de desarrollar marcas competitivas: para i) garantizar la uniformidad en «la imagen y el ambiente» (look and feel) de toda la competición, y ii) evitar y/o impedir tentativas de marketing no autorizado relacionadas con la competición por parte de afiliados de las FMP, o por parte de terceros, cada una de las FMP se deberá asegurar que, ni ella misma, ni ninguno de los afiliados de las FMP, ni cualquier otra parte contractual de una FMP, desarrolle, utilice, registre, adopte o cree alguna marca, logotipo o símbolo que haga referencia a la competición o —según la opinión razonable 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 se comprometen a abstenerse y a garantizar que sus respectivos afiliados a las FMP y terceros contratados se abstengan de desarrollar, usar o registrar cualquier nombre, logotipo, marca registrada, sello de marca registrada, 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, la competición o el Comité Organizador Local (COL), incluidas las palabras «Confederations Cup», «Confed Cup», «FIFA», «Coupe des Confédérations», «Copa Confederaciones», «Copa das Confederações», «Confed» o «Konföderationen-Pokal» (o cualquier otro término empleado en cualquier idioma que, en opinión sensata de la FIFA, pudiera identificarse con la competición), o de desarrollar, usar o registrar cualquier fecha relacionada con el nombre del país anfitrión, sede o ciudad anfitriona de la competición, o cualquier sello de marca similar o derivado de tales términos o fechas en cualquier idioma.

- 3.3 Prohibición de oponerse a las marcas de la competición: todas las FMP se comprometen a no oponerse y a asegurarse de que ninguno de sus afiliados o parte contractual se oponga a las solicitudes de marca registrada o de derechos de propiedad intelectual (copyright) presentadas por la FIFA o por afiliados comerciales u otros afiliados autorizados por la FIFA, subcontratados 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. Las FMP no podrán oponerse de ningún modo, ni solicitar ninguna clase de derechos de propiedad intelectual, 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 una parte contractual de una FMP se oponga a alguna marca registrada o a una solicitud de protección de la propiedad intelectual presentada por la FIFA, o sus afiliados, subcontratados o titulares de licencias con respecto a las marcas de la competición, la FMP en cuestión deberá garantizar que se adoptan todas las medidas que exija la FIFA para asegurar que la entidad en cuestión desista de inmediato de tal acción. Las disposiciones de este artículo 3.3 no se aplican en caso de que una marca de la competición incluya un derecho de propiedad intelectual que pertenezca a una FMP (o afiliado de una FMP, o parte contractual) que haya sido inscrito antes de la publicación de este reglamento.

4. Prohibición de marketing no autorizado y otras infracciones

- 4.1 Iniciativa contra infracciones: el valor comercial de la competición (y el valor de cualquier derecho comercial de la competición) puede disminuir considerablemente si cualquier afiliado de las FMP o una parte contractual de las FMP realiza una actividad de marketing no autorizado. La capacidad de la FIFA de efectuar sus contribuciones económicas a sus federaciones miembro y de entregar premios económicos a las federaciones miembro participantes puede verse considerablemente menguada por las actividades de marketing no autorizado. Por tanto, todas las FMP deberán garantizar que sus afiliados o cualquier parte contractual 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.
- 4.2 Notificación a las FMP: de acuerdo con la práctica habitual, la FIFA notificará a las FMP si alguno de sus afiliados o terceros contratados por las federaciones miembro lleva a cabo una actividad que, en la opinión sensata de la FIFA, constituya una violación del presente reglamento, incluidas, entre otras, las siguientes infracciones:

- i) la violación de los derechos de propiedad intelectual de la FIFA;
- ii) una competencia no autorizada, sorteos o cualquier otra actividad publicitaria o promocional que incluya el uso, pretenda aparentar que incluye el uso o que pudiera entenderse que incluye el uso de entradas de la competición o acceso a las instalaciones de entrenamiento oficiales;
- iii) una infracción de las restricciones en las actividades de los afiliados de las FMP, o de las partes contractuales de las FMP, tal como se describe en este reglamento, o
- iv) cualquier otra actividad de marketing no autorizado.

4.3 Alcance: las disposiciones de los artículos 4.1 y 4.2 se aplicarán incluso si las actividades infractoras no están directamente relacionadas con el afiliado de la FMP en cuestión o con la parte contractual de la FMP.

4.4 Cese de actividades de marketing no autorizado: tras la notificación por escrito de la FIFA de cualquier tipo de actividad de marketing no autorizado o cualquier otra violación por parte de un afiliado de las FMP o de cualquier otra parte contractual, las FMP se asegurarán, adoptando todas las medidas que la FIFA exija, de que el afiliado de las FMP, o cualquier parte contractual desista inmediatamente de la actividad infractora, y de que dicho afiliado de las FMP, o cualquier otra parte contractual, se comprometa por escrito con la FIFA a cesar inmediatamente, desistir y no efectuar en el futuro ninguna actividad de marketing no autorizado u otra violación de este reglamento. Esta disposición también se aplica en el caso de que la actividad de marketing no autorizado sea efectuada por un afiliado de las FMP o por cualquier parte contractual de las FMP o cualquiera de sus compañías o grupos afiliados.

4.5 Notificación por parte de las FMP: las FMP deberán hacer todo lo que esté a su alcance para supervisar el mercado publicitario de sus países, y asegurarse de que no se llevan a cabo actividades de marketing no autorizado; en caso de detectar semejante actividad se lo notificarán a la FIFA.

PARTE B: COMPETICIÓN

INTRODUCCIÓN

- 5 Vigencia del presente reglamento de comercialización y transmisión: salvo que aquí se disponga explícitamente lo contrario, el presente reglamento se aplica a la competición durante todo el periodo y en el territorio en que esta se dispute, tanto en jornadas de partido como en jornadas sin partido.

EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE TRANSMISIÓN

- 6.1 Derechos exclusivos de la FIFA: la FIFA tiene el derecho único y exclusivo de explotar todos los derechos de transmisión relacionados con la competición. Ni las federaciones miembro (incluidas las FMP y las que no participan), ni la federación miembro anfitriona, ni las confederaciones, ni ningún tercero podrá, de ninguna manera, explotar los derechos de transmisión o partes de los mismos relacionados con la competición en ningún momento antes, durante o después de la competición.
- 6.2 Acceso a los equipos participantes: en relación con la documentación de la competición, se prevé que los equipos de grabación de FIFA TV FIFA en el periodo de la competición graben y editen un mínimo de dos (2) entrevistas diarias con cada equipo participante. Con el fin de asistir a la FIFA con la documentación, la cobertura editorial y la promoción de la competición, las FMP deberán ayudar, y asegurarse de que todos los miembros de la delegación del equipo ayuden, en todo cuanto esté a su alcance, según sus tareas, a los equipos de grabación de FIFA TV y sus subcontratados. La FIFA cooperará con los equipos participantes para garantizar una buena colaboración. Cada FMP designará a un miembro de la delegación del equipo como enlace entre el equipo y la FIFA. Por el presente, las FMP garantizan a la FIFA, oficiales de la FIFA, equipos de grabación de FIFA TV, o sus subcontratados, el derecho no exclusivo de acceder con carácter preferente, con la intención de realizar entrevistas a los miembros de su equipo participante y a todos los miembros de la delegación del equipo, siempre que lo soliciten razonablemente la FIFA, los oficiales de la FIFA, los equipos de grabación de FIFA TV o sus subcontratados. Cada FMP garantizará a la FIFA, los oficiales de la FIFA, los equipos de grabación de FIFA TV o a sus subcontratados el libre acceso, en cualquier momento del periodo comprendido entre cinco (5) días antes del primer partido de la competición del equipo participante y doce (12) horas después de que finalice la final o el último partido del equipo participante en la competición, a cualquier zona del lugar donde el equipo participante se encuentre o esté entrenando, y a cualquier zona en la que se celebre un partido de la competición, incluidos, entre otros, las instalaciones de entrenamiento oficiales, el hotel de concentración y los centros de prensa de la federación miembro participante.

Asimismo, las APM colaborarán con los equipos de grabación de FIFA TV o sus subcontratados para organizar los desplazamientos de dichos equipos o subcontratados, ya sea directamente con la delegación del equipo o en la caravana de la delegación del equipo.

En cuanto al acceso a los vestuarios del equipo participante en las instalaciones de entrenamiento oficiales y en los estadios de la competición, solo será posible mediante el permiso de los miembros de la delegación del equipo competentes, siempre y cuando prevalezcan el interés por los asuntos deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación del equipo. Sin perjuicio de lo anterior, las FMP velarán por que los miembros de las delegaciones del equipo estén disponibles dentro o fuera de sus vestuarios en los campos oficiales de entrenamiento y en los estadios de la competición para entrevistas posteriores a las sesiones de entrenamiento o los partidos, si así lo solicitan de forma razonable la FIFA, los oficiales de la FIFA, los equipos de grabación de FIFA TV o sus subcontratados.

- 6.3 Material oficial de FIFA TV: la FIFA tiene el derecho único y exclusivo de producir, grabar, explotar y distribuir material audiovisual con cualquier fin comercial o no comercial, incluidos pero no limitados a estos, los documentales relacionados con la competición y/o con la participación de una FMP en la competición, incluidos sus equipos participantes y todos los miembros de la delegación del equipo.

Independientemente del derecho a hacer un uso no comercial de imágenes fijas o en movimiento de un partido de la competición 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 competición o las ceremonias vinculadas con la competición, o la participación de una FMP en la competición, incluidos sus equipos participantes y todos los miembros de la delegación del equipo, y se asegurará de que ningún miembro de la delegación del equipo o un tercero lo haga, ya sea con fines comerciales o no comerciales, sin previa aprobación escrita de la FIFA. En tal caso, antes del seminario para los equipos que la FIFA organiza antes de la competición, la FMP deberá informar a la FIFA por escrito y con detalles de proyectos, planes e iniciativas para su estudio y aprobación, si corresponde. Toda aprobación deberá realizarse por escrito.

A su debido tiempo, antes de la competición, la FIFA publicará las directrices sobre la producción por parte de los miembros de la delegación del equipo de material audiovisual.

EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE COMERCIALIZACIÓN

- 7 Derechos exclusivos de la FIFA: la FIFA tiene el derecho único y exclusivo de explotar todos los derechos de comercialización relacionados con la competición. Ni las federaciones miembro (incluidas las FMP y las que no participan), ni la federación miembro anfitriona, ni las confederaciones, ni ningún tercero podrá, de ninguna manera, explotar los derechos de comercialización o partes de los mismos relacionados con la competición en ningún momento antes, durante o después del periodo de la competición.

EQUIPAMIENTO, OTROS ARTÍCULOS Y BEBIDAS EN ZONAS CONTROLADAS

- 8.1 Reglamento de Equipamiento: las FMP deberán cumplir con el Reglamento de Equipamiento durante el periodo de la competición. De conformidad con el art. 74 del Reglamento de Equipamiento publicado el 25 de septiembre de 2015 o como también estipula la versión revisada de dicho reglamento, editada más tarde, en caso de que haya discrepancias entre el presente reglamento de comercialización y transmisión 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 espacios sin 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 los equipos) durante el periodo de la competición:

- (i) 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 equipamiento de juego, así como otros artículos y accesorios que se usan en lugar del equipamiento de juego, incluidas camisetas y accesorios de «celebración», utilizados y/o mostrados por cualquier miembro de la delegación del equipo en el transcurso o al término de los partidos de la competición.
- (ii) Bolsas y otros artículos: ninguna de las bolsas y los otros artículos que los miembros de la delegación del equipo utilicen, o que les pertenezcan, y que se encuentren en

cualquiera de los estadios de la competición (incluido el nivel de la cancha, o cualquier zona de prensa como las llamadas zonas mixtas) en día de partido o en los días en que no se disputen partidos, 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.

- (iii) Indumentaria formal: la indumentaria formal (p. ej. corbatas, trajes, camisas) que lleven los miembros de la delegación del equipo 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 las piezas de equipamiento especial, si el atuendo formal se lleva junto con piezas de equipamiento especial;
- (iv) Envío de las piezas de equipamiento a la FIFA: el Reglamento de Equipamiento estipula que las FMP deberán enviar a la FIFA para su aprobación una muestra de todas las piezas del equipamiento (equipamiento de juego, equipamiento especial y otros artículos) que los miembros de la delegación del equipo vayan a usar en las zonas controladas durante el periodo de la competición.

Con tal motivo, la FIFA podrá solicitar a todas las FMP que le presenten todo el equipamiento (con la única excepción de la indumentaria formal, como corbatas, trajes y camisas) que lleven los miembros de la delegación del equipo dentro de las zonas controladas durante el periodo de la competición, así como todas las piezas de equipamiento especial y otros accesorios. Esa cita tendrá lugar con suficiente antelación antes de la competición.

En fecha posterior, después de cumplir con las recomendaciones dadas por la FIFA en esa reunión (si se celebrara), la FMP enviará a la FIFA para aprobación una (1) muestra de todo el equipamiento que usarán los miembros de la delegación del equipo dentro de las zonas controladas durante la competición, a saber: todas las piezas del equipamiento de juego, del equipamiento especial y cualquier accesorio que se use en lugar del equipamiento de juego (incluido cualquier accesorio de «celebración») y la vestimenta formal completa. La FIFA comunicará a las FMP el plazo para el envío de dichas piezas.

8.2 Prohibición de publicidad en el equipamiento: a menos que se permita expresamente en el Reglamento de Equipamiento o en el presente reglamento, está prohibido que los miembros de la delegación del equipo exhiban cualquier

- (i) mensaje o eslogan comercial, político, religioso o personal en cualquier idioma;
- (ii) marca comercial; y/o
- (iii) marca o nombre del fabricante de cualquier tipo

en el equipamiento de juego, equipamiento especial y otros artículos del equipamiento, la indumentaria formal que se lleve en lugar del equipamiento de juego, 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, con respecto a 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, bolsas y equipaje) que estén en posesión o sean utilizados por miembros de la delegación del equipo.

8.3 Equipamiento técnico: una vez que un equipo participante haya llegado al territorio de la competición, el coordinador general de la FIFA le entregará los siguientes artículos que deberá utilizar durante el periodo de la competición:

- (i) 2 botiquines de primeros auxilios;
- (ii) 4 botelleros;
- (iii) 4 neveras;
- (iv) 50 botellas de plástico para bebidas;
- (v) 3 juegos de 2 brazaletes para el capitán en colores diferenciados;
- (vi) bolsas para balones; y
- (vii) balones oficiales de la competición.

Durante el periodo de la competición, una vez que el equipo haya llegado al estadio de la competición para un partido de dicha competición o una sesión de entrenamiento oficial, el coordinador general de la FIFA entregará a cada equipo 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. Los equipos deben devolver estos chalecos al finalizar el partido de la competición o la sesión de entrenamiento.

Con la única excepción de las sesiones de entrenamiento en las instalaciones de entrenamiento oficiales, durante las cuales los miembros de la delegación del equipo podrán utilizar su propio equipamiento técnico proporcionado por afiliados no comerciales, dichos miembros no podrán usar ninguna otra pieza del equipamiento técnico, del mismo tipo o similar, en las zonas controladas. Esta excepción no se aplicará en las sesiones de entrenamiento oficiales celebradas en los estadios de la competición. 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 del equipo deberán usar únicamente el balón oficial de la competición ofrecido por un afiliado comercial.

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

- (i) Suministro de bebidas: Se proveerán productos de la compañía Coca-Cola a cada FMP, incluidas agua y bebidas deportivas que se consumirán en las zonas controladas. La FIFA determinará la cantidad de bebidas que se suministrará.

Si las FMP desean utilizar bebidas de otro fabricante, estas deberán introducirse en las botellas de bebidas suministradas por la FIFA como equipamiento técnico, como estipula el artículo 8.3, antes de llegar a las zonas controladas.

- (ii) Prohibición de bebidas de la competencia: se prohíbe expresamente a las FMP introducir bebidas de competidores de Coca-Cola o Anheuser-Busch InBev en las

zonas controladas, en concreto, en los vestuarios, la zona aledaña al campo de cualquier estadio de la competición, las 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 a envases sin marca suministrados por la FIFA antes de llegar a la zona controlada.

REGLAS ESPECÍFICAS PARA LAS INSTALACIONES DE ENTRENAMIENTO OFICIALES

9. Instalaciones de entrenamiento oficiales: a menos que se explicita de otra manera en el presente artículo 9, todas las estipulaciones del art. 8 se aplicarán también en las instalaciones de entrenamiento oficiales, en tanto que:
- (i) Prohibición de publicidad: la única publicidad permitida en las instalaciones de entrenamiento oficiales es la de los afiliados comerciales, designados por la FIFA a su criterio exclusivo. Las FMP no deberán exhibir, ni organizar la exhibición de, ni autorizar la distribución de cualquier publicidad o cualquier otro material promocional en las instalaciones de entrenamiento oficiales; Sin perjuicio de lo anterior, los términos y las condiciones del artículo 11, apdo. 3 iv) se aplicarán a las actividades de prensa de las FMP en las instalaciones oficiales de entrenamiento;
 - (ii) Consumo de bebidas: las restricciones relacionadas con el consumo de bebidas descritas en el artículo 8.4 se aplicarán también durante las sesiones de entrenamiento en las instalaciones de entrenamiento oficiales.
 - (iii) Asistencia y entradas: la FIFA y el COL supervisarán todas las sesiones de entrenamiento en las instalaciones de entrenamiento oficiales. Ninguna FMP, afiliado de las FMP ni parte contractual podrá llevar a cabo ningún tipo de promoción que se asocie con la asistencia a la sesión de entrenamiento en una instalación de entrenamiento oficial. Ninguna FMP, afiliado de las FMP ni parte contractual podrá vender o distribuir entradas, ya sea con fines comerciales o no comerciales, para acceder a las instalaciones de entrenamiento oficiales.
 - (iv) Reconocimiento del patrocinador en camisetas de entrenamiento y chalecos de calentamiento/entrenamiento: sin menoscabo del art. 8.1, todas las camisetas de entrenamiento, piezas adicionales del equipamiento y chalecos de calentamiento/entrenamiento que lleven los miembros de la delegación del equipo en las instalaciones de entrenamiento oficiales deberán lucir la marca de los afiliados de las FMP o parte contractual.
 - (v) Venta de comida y bebidas: a menos que la FIFA lo acuerde de otra manera con los afiliados comerciales, las FMP no podrán acordar con terceros ningún aspecto relacionado con la comida y las bebidas en las instalaciones de entrenamiento oficiales.
 - (vi) Venta de mercadería: a menos que la FIFA o sus subcontratados así lo acuerden con los licenciatarios oficiales, no se podrán ofrecer para su venta o distribución productos de mercadería o licencia de terceros en las instalaciones de entrenamiento oficiales.
 - (vii) Actividades de la prensa: las FMP deben colaborar y velar por que cada miembro de la delegación del equipo colabore, en la medida de lo posible, con la FIFA, en sus

actividades de prensa en las instalaciones oficiales de entrenamiento durante el periodo de la competición, de acuerdo con los siguientes términos y condiciones:

- a. prevalecerán los factores deportivos y la privacidad de los miembros de las delegaciones;
- b. al inicio de cada sesión de entrenamiento, las FMP permitirán el acceso de los oficiales de la FIFA específicamente designados y a los periodistas acreditados, con independencia de su nacionalidad, a las zonas destinadas a la prensa en el lugar de entrenamiento durante quince (15) minutos.
- c. 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; y
- d. las FMP comunicarán a la FIFA por escrito con una antelación mínima de veinticuatro (24) horas 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.

REGLAS ESPECÍFICAS PARA LOS HOTELES DE LOS EQUIPOS

10. Hoteles de los equipos: a menos que se explicita de otra manera en el presente artículo 10, todas las estipulaciones del art. 8 se aplicarán a los hoteles de los equipos:
 - (i) Prohibición de publicidad: las FMP no exhibirán, ni dispondrán la exhibición, ni autorizarán la exhibición de cualquier publicidad o de cualquier otro material promocional en los hoteles de los equipos, en los terrenos exteriores de los hoteles de los equipos o en las zonas públicas internas (como el vestíbulo) de los hoteles de los equipos;
 - (ii) Identificación del patrocinador en la camiseta de entrenamiento: sin menoscabo del art. 8.1, todas las camisetas de entrenamiento y piezas adicionales del equipamiento que lleven los miembros de la delegación del equipo en los hoteles de concentración deberán lucir la marca de los afiliados de las FMP.
 - (iii) Grabaciones de la FIFA: si se solicita de forma razonable, la FIFA, los equipos de grabación de FIFA TV o sus subcontratados podrán disponer una sala de entrevistas exclusiva en el hotel de los equipos.
 - (iv) Apoyo en el alojamiento: las FMP deberán cooperar con la FIFA para garantizar alojamiento suficiente para los equipos de grabación de FIFA TV o sus subcontratados en aquellas zonas de los hoteles de los equipos que las FMP utilicen para el personal de organización (como seguridad, COL, oficiales de enlace, etc.), teniendo siempre presente que prevalecerán los factores deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación del equipo.
 - (v) Actividades de la prensa: las FMP deben colaborar y velar por que cada miembro de la delegación del equipo colabore, en la medida de lo posible, con la FIFA, en sus actividades de prensa en los hoteles de los equipos durante, teniendo siempre presente que prevalecerán en todo momento los factores deportivos y la privacidad de los miembros de las delegaciones.

ACTIVIDADES DE LAS FMP EN EL TERRITORIO DE LA COMPETICIÓN

- 11.1 Exhibición y distribución de materiales promocionales: con excepción de lo permitido a continuación, las FMP no deberán usar, exhibir ni distribuir ningún material o realizar ninguna actividad que pueda usarse para identificar y/o promocionar a cualquier tercero en las zonas controladas, y deberán asegurarse de que los miembros de la delegación de su equipo tampoco lo hagan. En particular, las FMP no podrán:
- (i) distribuir, sin la previa aprobación escrita de la FIFA, guías 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 y/o a la competición;
 - (ii) vender o autorizar la venta o distribución de artículos de comida y bebida dentro de las zonas controladas;
 - (iii) vender o autorizar la venta o distribución de cualquier mercancía (p. ej. reproducción de la indumentaria del equipo, balones, regalos) en las zonas controladas; o
 - (iv) exhibir cualquier material publicitario o marca (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 sean
 - a) los hoteles de concentración; o
 - b) las instalaciones de entrenamiento oficiales fuera de la cancha y la pista durante una sesión de entrenamiento del equipo participante.
- 11.2 Actividades de prensa de la FIFA o el COL: las FMP deberán cumplir las siguientes disposiciones en las actividades de prensa de la FIFA o el COL:
- (i) No se exhibirá ninguna publicidad o materiales de marca de cualquier tercero (incluidos los afiliados de las FMP o una parte contractual de las FMP) en todas las actividades de prensa de la FIFA o el COL. Esta restricción incluye, entre otros, fondos, señalización, productos, servicios, y (a menos que esté permitido en el Reglamento de Equipamiento o permitido conforme a lo estipulado en los artículos 8.1 a 8.5) marcas en el equipamiento o accesorios que usen los jugadores y otros miembros de la delegación del equipo;
 - (ii) No se permitirá la distribución de guías de prensa y otras publicaciones por o en nombre de cualquier federación miembro, afiliado de las FMP y/o cualquier tercero en cualquier actividad de prensa de la FIFA o el COL, a menos que lo autorice previamente la FIFA;
 - (iii) Ningún jugador o miembro de la delegación del equipo puede hacer referencia verbal a:
 - cualquier afiliado de las FMP y/o parte contractual de las FMP;
 - cualquier patrocinador de un miembro de la delegación del equipo; o
 - cualquier otra entidad comercial.

En cada partido de la competición, las FMP deberán participar en al menos dos (2) actividades de prensa oficiales de la FIFA o el COL en el estadio de la competición en el que las FMP disputen un partido de la siguiente manera:

- (i) en la víspera del partido, las FMP se asegurarán de que estén presentes el seleccionador y al menos un (1) jugador que vaya a estar previsiblemente en la alineación inicial; y
- (ii) el día del partido, concluido el encuentro correspondiente, las FMP se asegurarán de que estén presentes el seleccionador y el jugador nombrado «hombre del partido»;

Además, el día del partido, concluido el encuentro correspondiente, las FMP se asegurarán de que (i) todos los miembros de la delegación del equipo están disponibles para conceder entrevistas en la zona mixta y (ii) algunos jugadores y el seleccionador están disponibles para conceder entrevistas individuales tras el partido con los representantes de los licenciarios de los derechos de transmisión de la FIFA en otras zonas del estadio.

11.3 Actividades de prensa de las FMP: para garantizar que las FMP no infringen ni la legislación rusa en materia de marketing no autorizado ni el presente reglamento, las restricciones señaladas en el artículo 11.2 también se aplicarán a todas las actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas. En relación con las actividades de prensa de las FMP fuera de las zonas controladas, serán de aplicación las siguientes disposiciones:

- (i) Fondos de prensa: el fondo situado tras los miembros de la delegación del equipo durante las actividades de prensa de las FMP podrá contener publicidad y/o marcas relacionadas con terceros (como los afiliados de las FMP), siempre que esta publicidad y las marcas:
 - a) no puedan crear, en opinión de la FIFA, asociación alguna entre dichos terceros y la FIFA o la competición (o sus partes);
 - b) no muestren las marcas de la competición ni hagan ninguna otra referencia a la FIFA o a la competición (o sus partes);
 - c) muestren el emblema de la FMP; e
 - d) indiquen la relación entre dichos terceros y la FMP (p. ej. «patrocinador oficial de la FMP»).

Si las FMP utilizan un fondo fuera de las zonas controladas durante el periodo de la competición, será necesaria la previa aprobación por escrito de la FIFA.

- (ii) Lugar: a excepción de lo especificado en los apartados (iii) y (iv) siguientes, no puede realizarse ninguna actividad de prensa de las FMP en una zona controlada;
- (iii) Hoteles de los equipos: se permitirá a las FMP realizar sus actividades con la prensa en una sala especial de los hoteles de los equipos, a condición de que cumplan con las otras disposiciones del presente artículo 11.3. La sala no deberá ser el vestíbulo del hotel de concentración y el interior de la sala no deberá ser visible desde el

vestíbulo del hotel de concentración. Las actividades de prensa de las FMP no podrán llevarse a cabo en ninguna otra parte del hotel de concentración; y

- (iv) Instalaciones de entrenamiento oficiales: se permitirá a las FMP organizar actividades de prensa en lugares designados por la FIFA, en habitaciones cerradas dentro de las instalaciones de entrenamiento oficiales, a condición de que cumplan con las otras disposiciones del presente artículo 11.

11.4 Uso de 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 competición, así como la integridad de los derechos de comercialización y transmisión de la FIFA, las federaciones miembro participantes deben garantizar que los miembros de las delegaciones que carguen contenidos relacionados con sus experiencias personales en la competición, la competición en general o aspectos vinculados en medios digitales lo hagan respetando los siguientes términos y condiciones:

- (i) Los miembros de las delegaciones de los equipos no podrán cargar ni colgar contenido mientras se encuentren en una zona controlada, salvo en los hoteles de los equipos, durante el periodo de la competición;
- (ii) El contenido cargado o colgado 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 de los equipos 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 competición, la seguridad de las federaciones miembro participantes y de las delegaciones o la privacidad de cualquier otro miembro de las delegaciones de los equipos de cualesquiera federaciones o de los oficiales de la FIFA;
- (iv) El contenido cargado o colgado 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:
- el texto «Copa FIFA Confederaciones» (incluido el equivalente en todos los idiomas) en todas sus variantes, tanto si están registradas como si pueden registrarse;
 - el texto «Copa Confederaciones» (incluido el equivalente en todos los idiomas);
 - y
 - otras palabras referidas a la FIFA en redes sociales o *blogs*,

siempre que la palabra «FIFA» u otras referidas a la Copa FIFA Confederaciones 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 de los equipos 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 de equipos podrán aportar contenidos relacionados con la FIFA o la competición 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 de los equipos se abstendrán de utilizar en forma de marketing no autorizado 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 de los equipos 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 de los equipos no podrán utilizar aquellos nombres de dominio que incluyan las palabras «FIFA» o «Copa Confederaciones» o variaciones. Durante el periodo de la competición, los miembros de las delegaciones podrán crear subdominios que hagan referencia a la competición, como p. ej. [minombre].com/confederationscup;
- (xi) con el objetivo 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* el enlace a FIFA.com, la página oficial de la FIFA.

Las federaciones miembro participantes deberán informar a los miembros de la delegación de su equipo 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.

11.5 Dispositivos personales de grabación: las FMP deben asegurarse de que los miembros de la delegación de equipo 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 del equipo en las zonas controladas (excepto los hoteles de los equipos) para su distribución, emisión y/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 los equipos).

11.6 Estadios de la competición: se aplicarán las siguientes disposiciones:

- (i) Prohibición de publicidad: la única publicidad permitida en los estadios de la competición es la de los afiliados comerciales designados por la FIFA. Las FMP no tienen derecho a exhibir, ni organizar la exhibición de, ni autorizar la distribución de ninguna publicidad o material promocional en los estadios de la competición;

- (ii) Equipamiento técnico y bebidas: las restricciones sobre el equipamiento técnico establecidas en el art. 8.3 y las relativas a las bebidas estipuladas en el art. 8.4 se aplicarán también a los estadios de la competición;
- (iii) Asistencia: la FIFA y el COL supervisarán todas las sesiones de entrenamiento en los estadios de la competición. Ninguna FMP, afiliado de las FMP o parte contractual de las FMP podrá llevar a cabo ningún tipo de promoción que se asocie con la asistencia a la sesión de entrenamiento en un estadio de la competición. Ninguna FMP, afiliado de las FMP o parte contractual de las FMP podrá vender entradas para asistir a una sesión de entrenamiento en un estadio de la competición.

11.7 Transporte: se aplicarán las siguientes disposiciones:

- (i) Autobús del equipo: se pondrán a disposición de cada FMP los servicios de un autobús para uso exclusivo de su equipo durante el periodo de la competición. Las FMP deberán garantizar que este autobús del equipo sea el único medio de transporte empleado por los jugadores y los oficiales del equipo para todos los eventos relacionados con la competición (tales como los desplazamientos de ida y vuelta a un encuentro, a las sesiones de entrenamiento y/o a las ceremonias oficiales). El autobús no lucirá material promocional de terceros, incluidos los afiliados de las FMP y las partes contractuales de las FMP, ni dentro ni fuera del vehículo, excepto cuando se trate de marcas de los afiliados comerciales y lemas aprobados por la FIFA (p.ej. mensajes para los aficionados);
- (ii) Otros vehículos: los otros vehículos que utilicen las FMP y/o cualquier miembro de la delegación del equipo que tengan que entrar en cualquier zona controlada no deberán tener ninguna marca, salvo (i) la marca normal del fabricante de dicho vehículo, (ii) la marca de los afiliados comerciales y lemas aprobados por la FIFA y (iii) marcas relacionadas con la competición o con la FIFA. Ni las FMP ni los miembros de la delegación del equipo tienen derecho a retirar tales marcas de estos vehículos. Ningún material promocional de terceros, incluido cualquier afiliado de las FMP u otro tercero contratado por las FMP, podrá exhibirse fuera o dentro de dichos vehículos.
- (iii) Logística de FIFA TV: a fin de ayudar a la FIFA con la logística de los equipos de grabación de FIFA TV, las FMP cooperarán con la FIFA, los oficiales de la FIFA y los equipos de grabación de FIFA TV o sus subcontratados para garantizar el transporte aéreo y terrestre, preferentemente junto con la delegación del equipo en las zonas del avión o el autocar destinadas al personal de organización de las FMP (como seguridad, COL, oficiales de enlace, etc.) o en otros vehículos usados por las FMP junto con la caravana de la delegación del equipo. En cualquier caso, se entiende que los factores deportivos y la privacidad de los miembros de la delegación del equipo son fundamentales y prevalecerán en todo momento.

11.8 Partidos amistosos: en cumplimiento de los términos y condiciones previstos en el art. 22 del Reglamento de la Competición, las FMP pueden organizar y participar en partidos amistosos o de preparación antes del periodo de la competición en el territorio de la competición desde su llegada, siempre que, según el criterio de la FIFA, no se establezca ninguna asociación entre el partido amistoso o de preparación y la competición, la FIFA y/o el COL, no se utilicen marcas de la competición ni referencias descriptivas a la participación de la FMP en la competición final, como «Rumbo a...»,

así como materiales de marketing, promocionales o publicitarios producidos en relación con el partido amistoso o de preparación.

DISPOSICIONES SOBRE EL TROFEO

- 12.1 Requisitos para el uso del trofeo: ganadores anteriores: las réplicas del trofeo entregadas a ganadores anteriores de la Copa FIFA Confederaciones deberán permanecer bajo la supervisión directa de la federación miembro correspondiente y no deberán salir del país de dicha federación sin previo consentimiento por escrito de la FIFA. Las federaciones miembro a las que se han otorgado réplicas deberán asegurarse de que estas réplicas se utilizan siempre en el contexto histórico de la respectiva competición y de que no se utilicen de ninguna forma que puedan establecer una asociación con terceros, incluidos los afiliados comerciales, afiliados de las FMP y/o partes contractuales de las FMP, con el trofeo y/o con la competición. En especial, los afiliados de las FMP y/o las partes contractuales de las FMP no tendrán ningún derecho o posibilidad de exhibirse en el lugar donde se encuentre o se exhiba con imágenes el trofeo, la réplica del trofeo u otra réplica en miniatura. Esta prohibición también se aplicará al desfile o la sesión fotográfica que haga el ganador de la competición con el trofeo (y posteriormente con cualquier réplica del trofeo).
- 12.2 Restricciones en la mercadería: ganadores anteriores: se prohíbe igualmente a las federaciones miembro ganadoras de ediciones anteriores de la Copa FIFA Confederaciones que desarrollen, creen, utilicen, vendan o distribuyan cualquier material promocional o mercadería que lleve cualquier representación de la réplica del trofeo o cualquier marca, emblema o dispositivo que haga referencia a cualquier edición anterior de la competición.
- 12.3 Ganador de 2017: requisitos para el uso del trofeo: inmediatamente después del silbato final del partido final de la competición, el equipo ganador recibirá el trofeo en una ceremonia, y lo devolverá a la FIFA en el vestuario del estadio antes de salir del estadio de la final. En ese momento, el equipo participante ganador recibirá una réplica del trofeo exclusiva para dicho equipo. Bajo ninguna circunstancia podrán los afiliados de la FMP ganadora o las partes contractuales de la misma crear, en ningún momento, una asociación entre estos y el trofeo o su réplica, ya sea de tamaño real o en miniatura. En particular:
- (i) está prohibido exhibir el trofeo, su réplica o su miniatura en cualquier actividad de prensa de la FMP o en cualquier otra conferencia de prensa en la cual haya un fondo o decoración de la sede que exhiba las marcas de cualquier entidad comercial que no sea afiliada comercial;
 - (ii) está prohibido exhibir o desfilar con el trofeo o la réplica del trofeo, ya sea de tamaño real o en miniatura, en cualquier acto patrocinado por, o en el que se reconozca una marca de cualquier afiliado de las FMP o de cualquier parte contractual de las FMP. Por ejemplo, se prohíbe exhibir o desfilar 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, la réplica del trofeo ni su miniatura, ni imágenes de las mismas, en ningún material publicitario o promocional para celebrar el éxito del equipo participante ganador.

Con objeto de mantener el prestigio y el valor comercial del trofeo, las FMP están de acuerdo en:

- (i) que 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, retratar o exhibir el trofeo, ni la réplica del trofeo, ni su miniatura, de manera que pudiera interpretarse como inapropiada, despectiva 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, la réplica del trofeo o de su miniatura en prendas de vestir o en otras mercaderías;
- (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 dichas piezas estén en su poder.

Sujeto a la previa autorización por escrito de la FIFA, la FMP ganadora podrá, por cuenta propia, nombrar al fabricante de la FIFA, Bertoni, para producir miniaturas de la réplica del trofeo a fin de regalarlas a todos los miembros de la delegación del equipo y al entrenador del equipo ganador, 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.

Además, se aplicarán las siguientes disposiciones:

- (i) la réplica del trofeo podrá permanecer en la custodia temporal de la FMP ganadora, pero sigue siendo propiedad de la FIFA y deberá ser devuelta inmediatamente a la Federación Internacional en caso de que la FIFA presente una solicitud por escrito;
- (ii) la réplica del trofeo no se entregará a terceros para que la utilicen o exhiban sin previo consentimiento por escrito de la FIFA; y
- (iii) la FIFA debe autorizar por escrito y con antelación toda gira de la réplica del trofeo.

USO PERMITIDO DE LAS MARCAS DE LA COMPETICIÓN

13.1 Uso de marcas de la competición por parte de las FMP: se aplicarán las siguientes disposiciones:

- (i) Generalidades: las FMP podrán utilizar las marcas de la competición y el logotipo compuesto solo para referirse de forma descriptiva a su participación en la competición. Está estrictamente prohibido cualquier uso comercial o promocional de las marcas de la competición y del logotipo compuesto por parte de las FMP y/o de los afiliados de las FMP o las partes contractuales. Las disposiciones del presente artículo 13.1 se aplicarán a partir de la fecha de entrada en vigor del presente

reglamento y se mantendrán vigentes después de que expire el periodo de la competición hasta que la FIFA informe lo contrario a las FMP;

- (ii) Nombres de la competición: se exige a las FMP, siempre que hagan referencia a la competición, que usen solo uno de los nombres de la competición (y dicho uso solo debe darse en un contexto periodístico);
- (iii) Logotipo compuesto: se permite a las FMP crear un logotipo compuesto que incorpore el emblema oficial de la competición y el propio emblema 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, en www.FIFAdigitalarchive.com. En el logotipo compuesto solo puede figurar el emblema oficial de la competición, el propio emblema de la FMP, así como la designación descriptiva «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. Para disipar dudas, todos los usos del logotipo compuesto también deberán presentarse para la autorización de la FIFA de acuerdo con el apartado vii) del artículo 13.1;
- (iv) 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 que no sean los afiliados comerciales.

Además, las FMP no pueden usar las marcas de la competición ni el logotipo compuesto de la siguiente manera:

- como parte de cualquier actividad publicitaria o promocional o lema o eslogan secundario usado en relación con cualquier afiliado de las FMP;
 - en regalos, premios, mercaderías o prendas de vestir y equipamiento en venta al público (tales como uniformes del equipo para los aficionados) o con cualquier otro fin comercial;
 - en cualquier objeto oficial impreso (incluidos material de papelería y tarjetas de visita profesionales) de una FMP que también muestre los nombres y/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).
- (v) Materiales impresos de la FMP: las FMP tienen que asegurarse de que ninguna de las marcas de la competición y/o el logotipo compuesto (o cualquier otra marca registrada relacionada con la competición) figura en el material impreso (convencional o electrónico), producido en relación con su participación en la competición (tales como afiches o pósters, guías, guías 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 y/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 FMP).

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 y/o del COL. Como ejemplo, el siguiente título se consideraría admisible:

- «[Nombre de la Publicación] oficial de [equipo] en la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017».

Toda la documentación deberá someterse con antelación a la aprobación de la FIFA, conforme a lo estipulado en el apartado viii) del presente artículo 13.1.

- (vi) Ninguna asociación con afiliados de las FMP: las FMP también tienen que asegurarse de no asociar de ninguna manera a sus afiliados y/o a sus partes contractuales con la competición en ninguno de sus materiales promocionales. Los afiliados de las FMP y/o las partes contractuales de las FMP 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] en la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017»;
- (vii) Otras marcas: las FMP no deberán usar (y deberán garantizar que sus afiliados y/o partes contractuales no usen) cualquier otra marca, dispositivo, símbolo, logotipo o frase para designar la competición (incluido el trofeo);
- (viii) Autorizaciones: 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 aprobaciones de la FIFA. También debe enviarse a la FIFA una muestra de todo el material impreso que incorpore las marcas de la competición y/o el logotipo compuesto para obtener la previa autorización por escrito de la FIFA. En la muestra deberán figurar la diagramación 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 30 días antes del inicio de la competición. Las FMP se asegurarán de realizar todos los cambios solicitados por la FIFA para que los materiales impresos cumplan con este reglamento.

13.2 Páginas web de las FMP: las siguientes disposiciones también se aplicarán con respecto a la competición:

- (i) Enlace a FIFA.com: las FMP deben incluir un enlace a la sección del idioma correspondiente de FIFA.com en cada página de su sitio web con contenido de la competición. Este enlace incluirá el logotipo de FIFA.com, que deberá solicitarse a través de ma.approvals@fifa.org. El logotipo compuesto de FIFA.com no podrá utilizarse de ninguna otra manera y ningún tercero, incluidos los afiliados de las FMP o cualquier parte contractual de las FMP podrán utilizarlo. Asimismo, el logotipo compuesto no podrá aparecer próximo a una marca o al nombre de ningún afiliado de las FMP y/o parte contractual de las FMP.

- (ii) Paquete de distribución bajo licencia: las FMP pueden obtener del departamento de Medios Digitales de la FIFA un paquete de distribución bajo licencia de contenidos de FIFA.com para utilizarlo en sus sitios web. El paquete incluirá, entre otra información, los últimos resultados y noticias;
- (iii) Contacto: para obtener más detalles sobre el logotipo compuesto de FIFA.com y el paquete de distribución bajo licencia de contenidos, las FMP deberán contactar con el departamento de Medios Digitales de la FIFA en:

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

- (iv) Uso en línea de las marcas de la competición y del logotipo compuesto: las marcas de la competición y el logotipo compuesto solo podrán usarse en los sitios web de las FMP a condición de que:
- se usen solo con fines editoriales;
 - las FMP hayan obtenido previamente la autorización por escrito de la FIFA para dicho uso, solicitada por correo electrónico a ma.approvals@fifa.org;
 - no se usen en asociación o relación con, ni cerca del nombre y/o logotipo de ninguna organización comercial, incluidos los afiliados de las FMP y las partes contractuales;
 - no se usen como hipervínculo a ningún sitio o página web. Si se desea un enlace con otro sitio o página web, tendrá que usarse un enlace de texto;
 - no se usen o coloquen en la barra de título, barra de menú y/o el pie de página; y
 - el uso de las marcas de la competición y/o del logotipo compuesto en el sitio web de la FMP cumpla con lo estipulado en este artículo 13 del presente reglamento.
- (v) URL: los nombres de la competición no pueden ponerse en las direcciones de sitios de internet de la FMP.

ASUNTOS RELACIONADOS CON LAS ENTRADAS DE LA COMPETICIÓN

14.1 **Principio básico:** a fin de i) evitar la creación de un mercado secundario («mercado negro») en la venta de las entradas de la competición, ii) velar por que la redistribución ilegal de entradas no frustre los procedimientos seguidos por la FIFA y el COL, iii) garantizar que entidades sin vínculos como afiliados comerciales no usen las entradas con fines promocionales, iv) evitar el marketing no autorizado en torno a la competición y v) garantizar que los ingresos por la venta de entradas de la competición se rigen por criterios de justicia, la FIFA gestiona toda la venta de entradas en su propio nombre y por su propia cuenta y limita la libre transferencia y reventa de entradas por parte de las federaciones miembro, incluidas las que participan en la competición.

14.2 **Condiciones sobre la gestión de las entradas de las federaciones miembro participantes:** la FIFA dará a conocer a todas las FMP en tiempo oportuno los acuerdos sobre asignación de entradas. A menos que los acuerdos sobre asignación de entradas enmienden o amplíen los términos y las condiciones del presente reglamento, las condiciones del presente artículo 14 se aplicarán a todas las FMP.

Las FMP cumplirán cabalmente los siguientes documentos sobre distribución de entradas:

- el Reglamento sobre entradas de la FIFA de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017;
- los Requisitos sobre las entradas para las federaciones miembro, un anexo a los Acuerdos sobre asignación de entradas;
- los «Términos y condiciones generales para el uso de las entradas de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017»;
- el Reglamento de venta de entradas de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017, incluida, aunque sin limitarse a ella, cualquier recopilación de datos y normas para la protección, y
- el código de conducta en los estadios de la Copa FIFA Confederaciones Rusia 2017.

La FIFA implementará y publicará todos estos documentos vinculantes en materia de entradas a su debido tiempo antes de la competición.

14.3 **Condiciones sobre la gestión de las entradas de las federaciones miembro no participantes:** en los casos en que la FIFA asigne entradas de la competición a federaciones miembro no participantes con las que no haya un acuerdo sobre asignación de entradas, dichas federaciones miembro deberán cumplir íntegramente con los términos y condiciones estipulados en todos los documentos sobre la distribución de entradas.

14.4 **Sistema de venta y distribución de entradas:** de cara a la competición, la FIFA centralizará la gestión de todas las entradas asignadas a las FMP y sus invitados (como son, entre otros, todas las entidades colaboradoras de las FMP), así como a las federaciones miembro no participantes y sus invitados. Este sistema centralizado permitirá a la FIFA gestionar, en nombre de la FIFA, todo el proceso de distribución y venta de entradas, como la solicitud, la confirmación, el pago y la entrega de las entradas.

El acuerdo sobre distribución de entradas con las FMP describirá en detalle el sistema de distribución y venta de entradas y definirá todos los derechos y obligaciones que contraen las FMP.

14.5 **Prohibida la publicidad y/o los fines promocionales:** todas las federaciones miembro, participantes y no participantes, deberán abstenerse y velar por que sus invitados se abstengan de realizar actos de promoción o publicidad que impliquen, representen o puedan ser interpretados como forma de usar las entradas de la competición, de las sesiones oficiales y no oficiales de entrenamiento en el territorio de la competición durante el periodo de dicha competición o de cualquier otro acto relacionado con

la competición organizado o apoyado por la FIFA. En concreto, las federaciones miembro, participantes y no participantes, velarán por que sus invitados no organicen concursos, promociones, loterías, porras y similares con premio que, en opinión razonable de la FIFA, permitan los invitados o a terceros asociarse con la FIFA o la competición o que permitan a los terceros acceder o conseguir una entrada para la competición por haber participado en tales actividades.

- 14.6 Conducta de invitados de las FMP, afiliados de la FMP y clientes: se solicita a las federaciones miembro, participantes y no participantes, que se aseguren de que sus invitados, afiliados y/o partes contractuales conocen y cumplen las condiciones de los documentos que rigen la distribución de entradas de la competición.
- 14.7 Actividades de marketing ilegal: se solicita a las federaciones miembro, participantes y no participantes, que se aseguren de que sus invitados, afiliados y/o partes contractuales se abstengan de llevar a cabo cualquier actividad publicitaria y/o promocional que pudiera considerarse de otro modo y de manera razonable como marketing no autorizado que viola los derechos de los afiliados comerciales y de la FIFA, incluida cualquier actividad publicitaria y/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.

VARIOS

- 15.1 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 federaciones miembro son enteramente responsables de que los miembros de sus delegaciones de equipo, así como sus afiliados y/o cualquier otra parte contractual, cumplan cabalmente este reglamento. Las federaciones miembro deberán informar inmediatamente a sus afiliados y a cualquier otra parte contractual sobre el contenido de estas directrices y asegurarse de que sus afiliados las cumplan.
- 15.2 Objetos prohibidos: todo objeto utilizado por una FMP o cualquiera de los miembros de la delegación del equipo 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. Las AMP podrán enfrentarse también a sanciones impuestas por la Comisión Disciplinaria de la FIFA.
- 15.3 Exención de responsabilidad: la FIFA no será responsable ante las federaciones miembro de ninguna pérdida, pago, daño, o costo de cualquier clase que pueda producirse como resultado de o en relación con las disposiciones que contiene este reglamento y/o el reglamento de la competición y/o el Reglamento de Equipamiento.
- 15.4 Discrepancias: en caso de que existan disposiciones contradictorias entre el reglamento de la competición y/o el Reglamento de Equipamiento, por una parte, y cualquier aspecto relacionado con los derechos de comercialización o de transmisión establecido en el presente reglamento, por otra, este último tendrá prioridad sobre las condiciones del reglamento de la competición y/o el Reglamento de Equipamiento. Las condiciones correspondientes del reglamento de la competición y/o el Reglamento de Equipamiento se considerarán por consecuencia enmendadas.
- 15.5 Enmiendas: previa notificación a las AMP, la FIFA podrá enmendar este reglamento en cualquier momento y a su entera discreción.

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

- 15.6 Idiomas: el presente reglamento se publicará en los cuatro idiomas oficiales de la FIFA: inglés, francés, alemán y español. En caso de discrepancias en la interpretación de los textos en inglés, francés, español o alemán de este reglamento, el texto inglés hará fe.
- 15.7 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 cualquier disposición del presente reglamento, o de cualquier documento mencionado en este reglamento, este hecho no será considerado una renuncia a dicha disposición, ni privará a la FIFA del derecho de insistir ulteriormente en el estricto cumplimiento de la misma o de cualquier otra provisión de este reglamento, o de cualquier documento mencionado en él.
- 15.8 Entrada en vigor: el presente reglamento ha sido ratificado por el Consejo de la FIFA y entra en vigor con efecto inmediato.