



Preguntas y respuestas sobre publicidad en la Copa Mundial de la FIFA 2006

- 1. ¿Puede un aficionado entrar en los estadios de la Copa Mundial de la FIFA con una camiseta que tenga publicidad?**

Sí. Lógicamente, no hay ningún reglamento sobre el atuendo en la Copa Mundial. Los aficionados pueden vestir su ropa habitual o la camiseta de su selección, con o sin publicidad, independientemente de la marca o del logotipo del patrocinador.
- 2. ¿Hay restricciones publicitarias en las llamadas rutas de protocolo (entre el aeropuerto y el estadio, por ejemplo)?**

No. Las llamadas rutas de protocolo no tienen nada que ver con la "libertad publicitaria". No existen limitaciones en el uso de la superficie publicitaria exterior. Las empresas que se hallen en el recorrido lógicamente no tienen por qué retirar sus logotipos de sus edificios. Las rutas de protocolo son los principales trayectos para llegar al estadio y simplemente han sido decoradas por la ciudad y por el CO con el diseño de la Copa Mundial como saludo a los visitantes.
- 3. ¿Pueden los taxis provistos de publicidad y los de marcas distintas del patrocinador oficial Hyundai llevar pasajeros hasta los doce estadios de la Copa Mundial sin restricciones?**

Sí. Lógicamente, no hay normas distintas para los taxis según lleven o no publicidad. En consecuencia, no tienen por qué ocultar la publicidad ni los símbolos de la marca. Y, como es obvio, tampoco hay reglas diferentes para los taxis del patrocinador oficial Hyundai y de los otros fabricantes.
- 4. ¿Los representantes de los medios, los VIP y autoridades pueden acudir a los doce estadios de la Copa Mundial de la FIFA con sus vehículos habituales?**

Por supuesto. No hay normas diferentes para los vehículos del patrocinador oficial Hyundai y los de otras marcas. Como en cualquier otro acontecimiento futbolístico, no hay ningún tipo de restricción ni prohibición.
- 5. ¿Existe algún "cinturón restringido" (p.ej., un radio de dos kilómetros) en torno a los doce estadios de la Copa Mundial?**

No, no existe tal "cinturón restringido". Entre el CO, la FIFA y los estadios/las ciudades se ha establecido sencillamente, mediante acuerdo individual, un "área controlada" en el entorno inmediato de cada estadio. En ella, los días de partido y las vísperas no se permitirá la organización de ningún otro acto, a fin de garantizar que los partidos se disputen sin perturbaciones. También se evitará la realización de actividades comerciales y publicitarias especiales.
- 6. ¿Vinculan también a terceros los acuerdos alcanzados entre el CO, la FIFA y el estadio/la ciudad sobre el área controlada?**

No, son acuerdos que rigen la relación interna entre el CO y el estadio/la ciudad, y no tienen aplicación directa a terceros. Solo existirá vinculación a terceros en caso de que se llegue a un acuerdo aparte con ellos.
- 7. ¿Puede permanecer abierto un restaurante o kiosco en el área controlada y mostrar su logotipo sobre el edificio?**

Sí. Los restaurantes y kioscos del área controlada pueden continuar ejerciendo su actividad con toda normalidad y ofrecer tanto productos de los patrocinadores oficiales como de otras marcas. No hay ninguna obligación de ocultar el logotipo de la empresa sobre el edificio. El CO y la FIFA sólo pretenden que no se instale nueva



publicidad exterior en esos edificios.

8. **¿Pueden los patrocinadores oficiales realizar actividades publicitarias en el área controlada (como repartir folletos a la entrada del estadio)?**
- No. Tampoco los patrocinadores oficiales deberían de realizar actividades promocionales en esos espacios. Básicamente por motivos de organización, en ellos está expresamente excluida la realización de toda actividad publicitaria o comercial especial. Tampoco se permite el reparto ni la venta de folletos, revistas ni ningún otro producto (ni siquiera por los patrocinadores oficiales). El reparto o la venta incontrolados en el entorno inmediato de los estadios pueden entorpecer gravemente el acceso y el desalojo de los espectadores y no benefician a la categoría del acontecimiento, pues generan gran cantidad de basura y, desde el punto de vista del organizador, puede tener el efecto de "marketing-emboscada".
9. **¿Existe alguna imposición por parte de la FIFA de que los periódicos y revistas utilicen el título oficial "Copa Mundial de la FIFA 2006" en sus noticias?**
- No, no hay imposiciones ni condiciones para que los periódicos y revistas utilicen determinados títulos en la redacción de sus noticias. La hoja informativa de la FIFA para los medios regula simplemente algunos casos concretos de utilización comercial de las marcas oficiales (como la emblema oficial o el Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA).
10. **¿En las proyecciones públicas se pueden ofrecer también productos (cerveza, salchichas, etc.) de los productores locales?**
- Sí. En las doce Fan Feste de las sedes de la Copa Mundial de la FIFA también se podrán ofrecer ilimitadamente especialidades locales y regionales. En especial, los oferentes podrán ofrecer cerveza local y regional, pero también venderán cerveza del patrocinador oficial Anheuser Busch. Para la venta de comida, cada oferente podrá obrar libremente. Sólo existen restricciones para el patrocinio de competidores. En todas las demás celebraciones de proyecciones públicas no hay ningún tipo de imposición en cuanto a la comida y la bebida: los oferentes pueden ofrecer y vender lo que prefieran.
11. **¿Qué disposiciones rigen para los lugares oficiales de entrenamiento de los 32 equipos?**
- Los lugares oficiales de entrenamiento de los 32 equipos deben cederse sin ningún tipo de publicidad al CO, pues forman parte de la organización oficial. Los explotadores de cada instalación deberán retirar o cubrir expresamente todas las vallas publicitarias. Esto está plasmado contractualmente desde la misma fase de solicitud entre el CO y los explotadores de las instalaciones deportivas.