



ASIPI



AMBUSH MARKETING EN EVENTOS DEPORTIVOS: LÍMITES, SANCIONES Y DEFENSA DE ACTIVOS

Moderado por:
Diego Palacios

Panelistas:
Anna Claudia Toledo
Magali García



THE DREAM TEAM



MAGALI GARCÍA



ANNA TOLEDO

THE UNINVITED GUEST



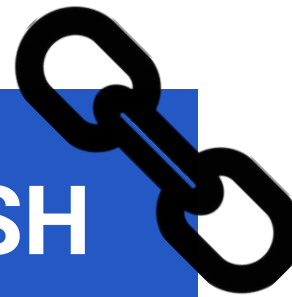
ESTRATEGIA en la que una marca se asocia o vincula a un evento masivo sin pagar derecho alguno como patrocinador o, licenciatario del evento para beneficiarse de su popularidad y alta exposición.

DE LO SUTIL A LO DESCARADO: EL ESPECTRO DEL AMBUSH MARKETING

DIRECT AMBUSH



INDIRECT/ASSOCIATIVE AMBUSH



**IN STADIUM ADVERTISING
PERIMETER ADVERTISING**



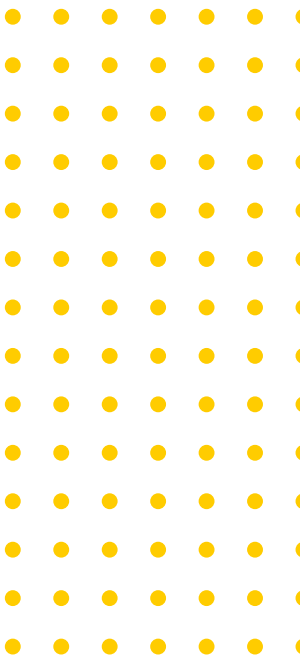
**SUBCATEGORY
SPONSORSHIPS**



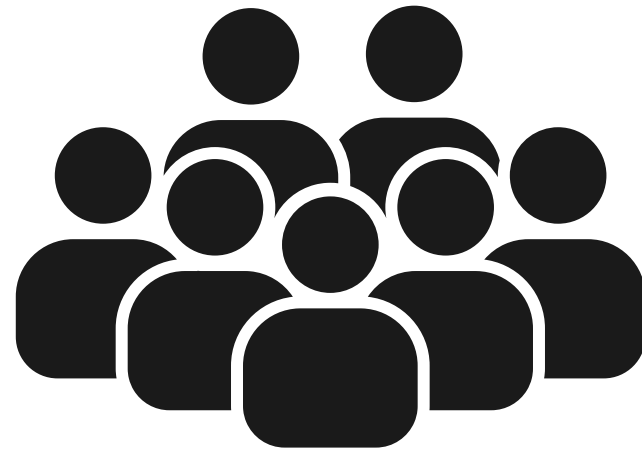
Bavaria - Sudafrica 2010



Aliou Cissé - Rusia 2018



RELEVANCE OF COMMERCIAL RIGHTS IN MAJOR EVENTS REVENUE



5 billion people engaged with the event.

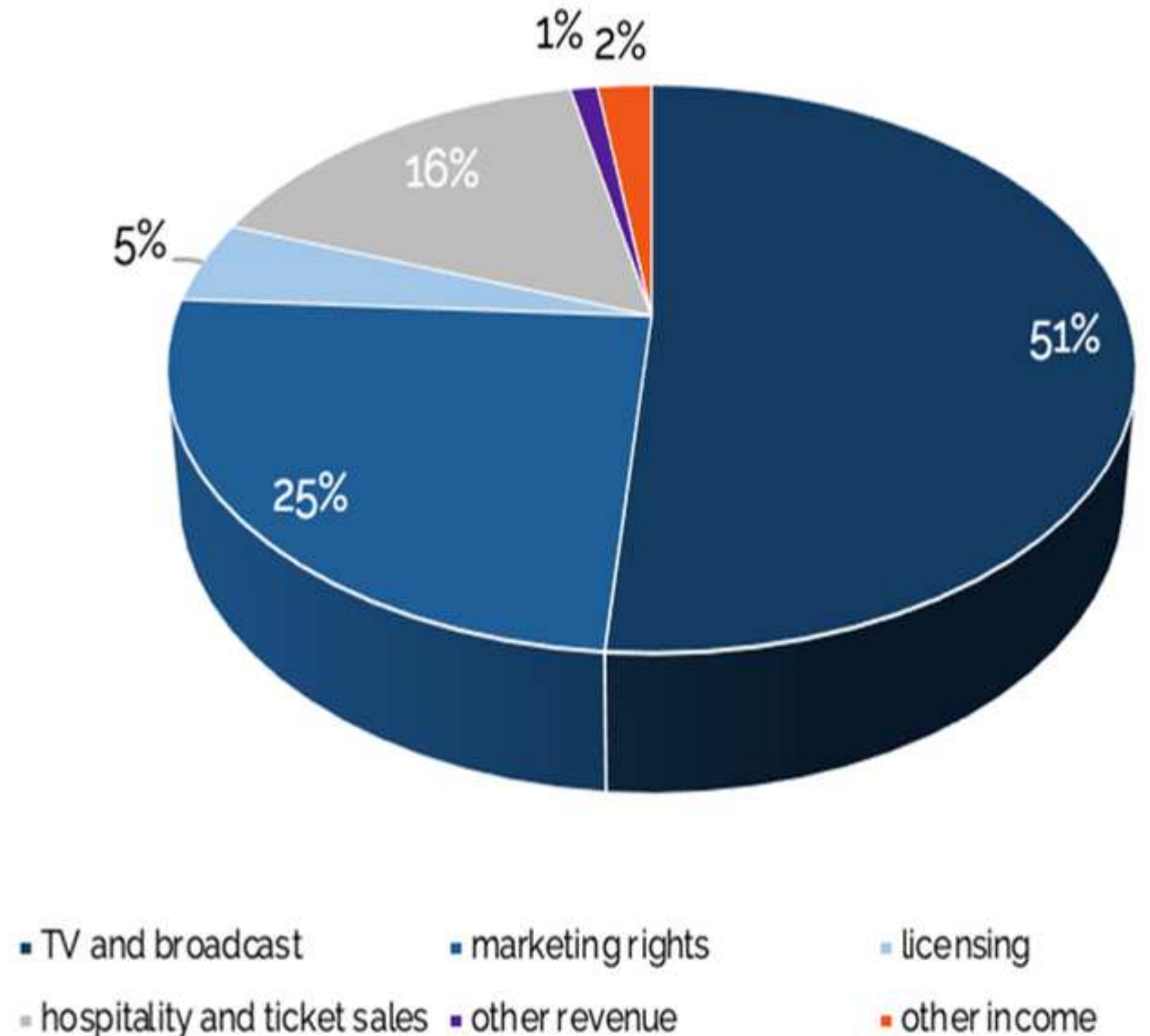


97% of FIFA's revenue derives from the negotiation and exploitation of commercial rights.

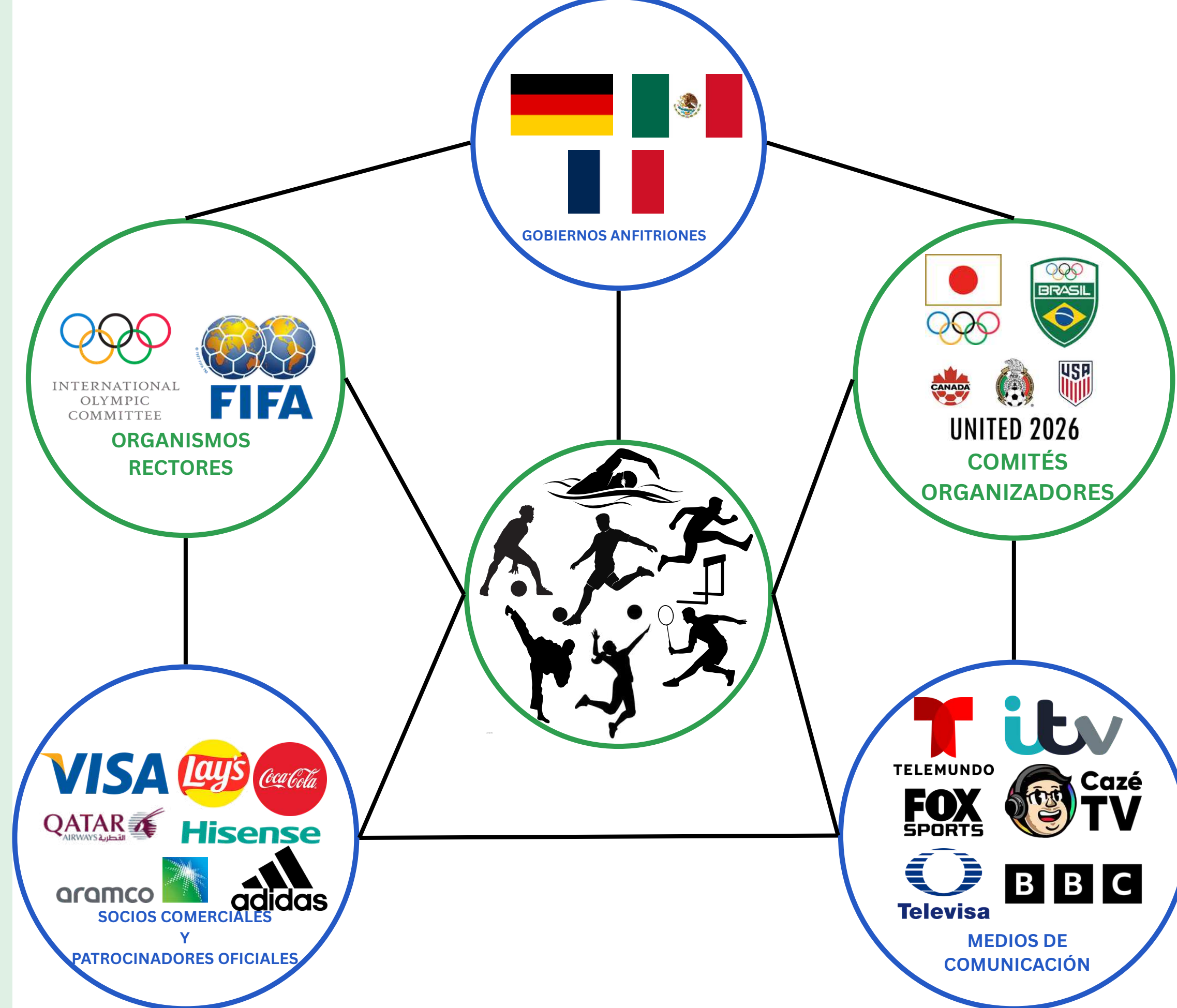


Licensing sales has increased 28% in the cycle 2019-2022, in comparison with the previous cycle 2015-2018.

FIFA'S REVENUE IN 2022, AFTER THE FIFA WORLD CUP QATAR 2022*



MÁS QUE UN PARTIDO: ¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL ECOSISTEMA DE UN MEGA EVENTO?



Esta compleja estructura impulsa importantes desarrollos de infraestructura, el turismo internacional y el crecimiento económico.

¿POR QUÉ IMPORTA? PORQUE TODO ESTÁ EN JUEGO



La protección de los derechos comerciales no es meramente una formalidad jurídica; es lo que hace financieramente viables a los megaeventos.

Sin ella, los patrocinadores se retiran, el financiamiento se agota y todo el ecosistema se ve afectado. La falta de aplicación hoy constituye una amenaza para el evento del mañana.

EL ECOSISTEMA DE DERECHOS EN EL MUNDIAL

FIFA

FIFA: EXCLUSIVE GLOBAL COMMERCIAL RIGHTS OF ASSOCIATION AND PROMOTION FOR THE FIFA WORLD CUP 26



NATIONAL FOOTBALL FEDERATIONS: COMMERCIAL EXPLOITATION OF THE NATIONAL TEAM



ATHLETES: INDIVIDUAL IMAGE RIGHTS AND PERSONAL SPONSORSHIPS



CLUBS: PLAYER CONTRACTS AND CLUB-RELATED IMAGE RIGHTS



FIFA PARTNERS

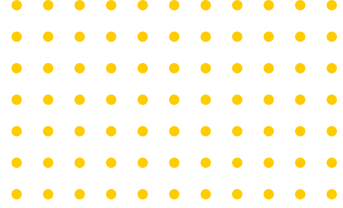


FIFA SPONSORS



REGIONAL SUPPORTERS & OTHER RIGHTS HOLDERS

THE RULEBOOK: DEFENSAS LEGALES



TRADEMARK LAW



AGREEMENTS WITH
HOST COUNTRY



OTHER LEGAL TOOLS



COPYRIGHT PROTECTION

Government Guarantees protecting
the the Organizer's Commercial
Rights and Tournament IP

Stadium Agreement

Tickets Terms and Conditions

FIFA IP Guidelines

Public Viewing Events Regulations

Hosting Agreement and Host City
Agreements

FIFA Media and Marketing
Regulations



FIFA Intellectual Property
Guidelines

REALITY CHECK: ENFORCEMENT IN THE REAL WORLD

LO QUE FUNCIONA

- **Pre-event IP architecture:** registering event marks before the announcement cycle begins in key territories.
- **Platform-level enforcement:** establishing direct relationships with the trust and safety teams at Meta, TikTok and YouTube.
- **Mapping the key competitors** of each official sponsor.
- **Pre-approved response protocols:** cease-and-desist templates and escalation procedures defined well before the event begins.

LOS RETOS

- **Litigar después del evento:** la campaña ya corrió, el daño ya está hecho.
- **Reaccionar de más** sin medir el impacto en la opinión pública y las redes.
- **Ir con todo contra los fanáticos de verdad** y perder la batalla de la percepción.
- El Ambush Marketing es de **grandes jugadores**, el adversario podría ser una empresa del Fortune 500 con grandes equipos legales.
- Hay mucho **desconocimiento**

CRASHING THE PARTY: CÓMO EVOLUCIONÓ EL ARTE DE COLARSE



FIFA WORLD CUP
Brasil



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

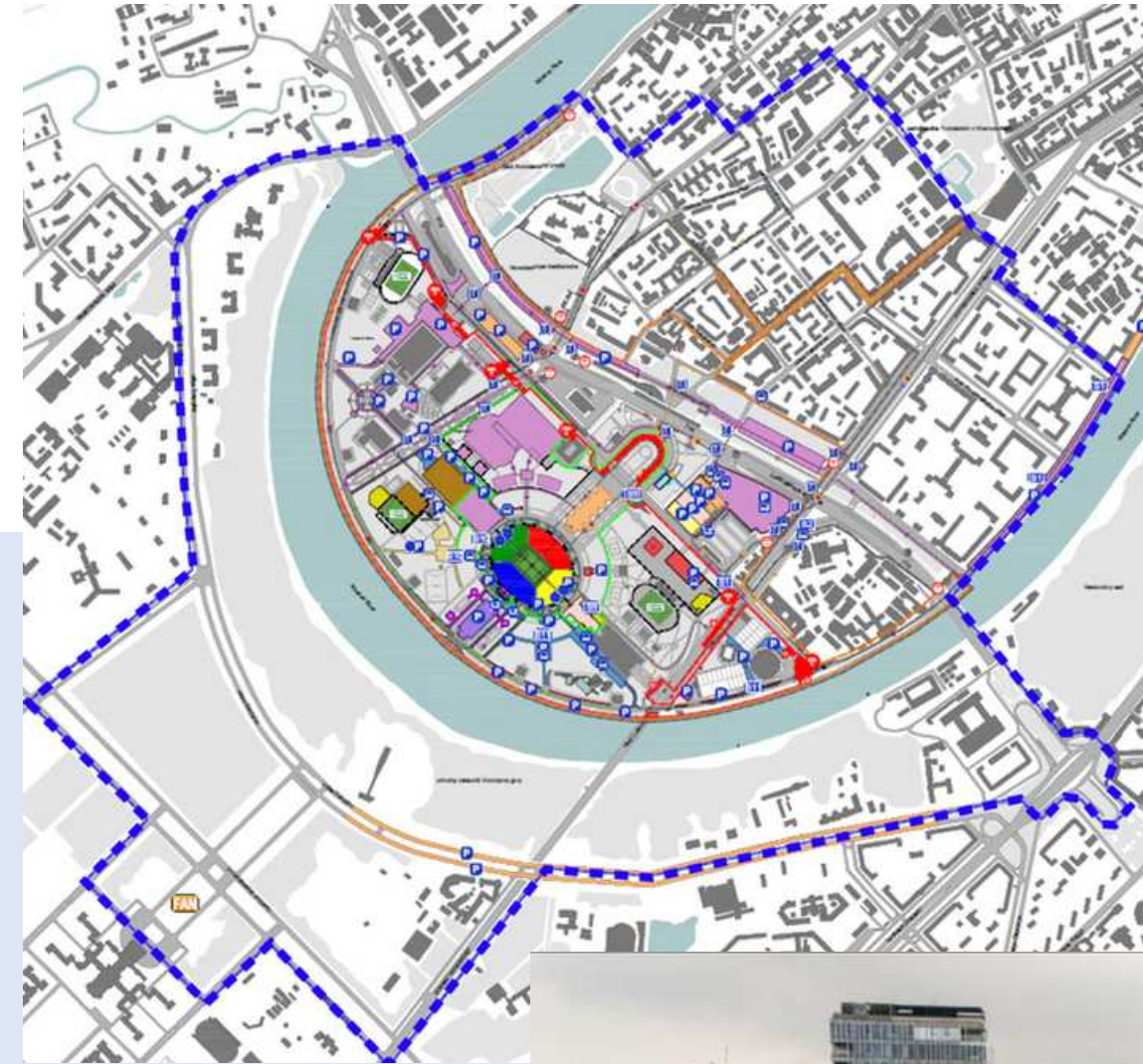


FIFA WORLD CUP
Qatar 2022



DRAWING THE LINE: QUÉ ES UNA CLEAN ZONE

BRAND PROTECTION PATROL TEAMS



TIME IS OF THE ESSENCE: LO QUE PASA EN LAS 48 HORAS ANTES DEL PITAZO INICIAL

REUNIONES “EDUCATIVAS” Y DE COORDINACIÓN CON EL CLIENTE, LA AUTORIDAD MARCARIA, MUNICIPAL O POLICIAL

ENTREGA DE MANUAL DE MARCAS AUSPICIADORAS INCLUYENDO LA LISTA DE PRINCIPALES MARCAS COMPETIDORAS PARA ESTAR ALERTAS

ENVIO DE CARTAS PREVENTIVAS TIPO C&D A:

- PRINCIPALES COMPETIDORES
- PRINCIPALES AGENCIAS DE PUBLICIDAD – INCLUYENDO PUBLICIDAD EXTERIOR (PANELES Y CARTELES)
- INFLUENCERS DEL RUBRO

SOLICITUD DE MEDIDAS CAUTELARES PREVIAS A PROCESO ANTE LA AUTORIDAD MARCARIA



Estar **ALERTAS!** Usualmente las actividades de ambush marketing ocurrirán muy cercano al evento o sobre la marcha.

QUE NO TE METAN GOL: REFLEXIONES DE QUIENES HAN JUGADO EL PARTIDO

PRE-EVENT PLANNING

Información de las marcas auspiciadoras y/o patrocinadoras del evento deportivo.
Contacto asociativo y vinculo con las autoridades que ayudarán a hacer el enforcement respectivo.
Determinación de quiénes son las principales marcas competidoras del cliente.

MONITORING SYSTEMS

Desplegar herramientas de monitoreo en redes sociales y equipos de vigilancia en terreno.
Monitorear la actividad de competidores e identificar patrones de posible infracción en tiempo real.

RAPID RESPONSE

Contar con equipos legales listos para actuar, con cartas de cese y desistimiento preaprobadas.
Establecer protocolos de escalación para respuesta inmediata.

STAKEHOLDER EDUCATION

Capacitar a todo el personal (socios, voluntarios y operadores de recintos) en el reconocimiento de tácticas de ambush y en los canales de reporte.



DEL MUNDO FÍSICO AL DIGITAL: NUEVOS FRENTES, MISMA BATALLA

< fifaworldcup



FIFA World Cup

23,8 mil
posts

54,8 mi
seguidores

1.458
seguindo

Esportes

The official #FIFAWorldCup account on Instagram

goto.fifa.com/nxRf/5e9t3v... e outros 2 links

fifaworldcup FIFA World Cup



< cristiano



Cristiano Ronaldo

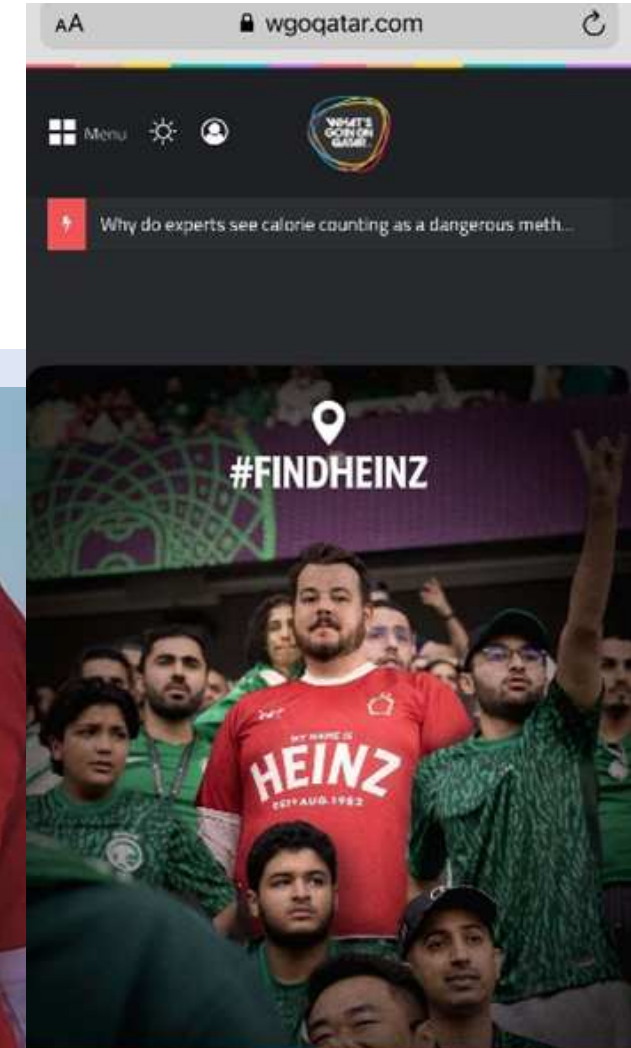
4.037
posts

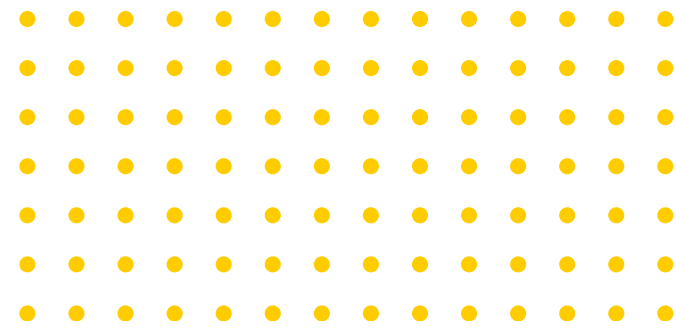
673 mi
seguidores

630
seguindo

hrbl.me/CR7Pro2col e outros 4 links

Cristiano 12,2M membros





MUCHAS GRACIAS!

"QUESTIONS WELCOME

LET'S TALK AMBUSH MARKETING"

