

SYFTE OCH MÅL MED RIKTLINJERNA

Dessa riktlinjer kompletterar regler för Svenskt Mästerskap (SM) och Riksmästerskap (RM) som finns i bilaga 3 i aktuellt specialreglemente (SR) för Dragracing MC (se Svemos hemsida, Dragracing, Regler). Riktlinjerna ska vara en hjälp för arrangörer till tävlingar med SM- och RM-status. Målet är att gemensamt kunna skapa bra SM- och RM-evenemang som håller hög status.

TÄVLINGSKALENDER SM OCH RM 2017

26-27 maj (fre/lör)	Vårgårda Dragway, SHRA Borås	201m
10-11 juni	Kjula Dragway, Rod'n Kustom RC	402m
07-09 juli	Piteå, SHRA-Luleå	402m
09-10 september	Malmö, SRIF	201m

KONTAKT FÖR ARRANGÖRER

Svemo Dragracingsektion

Rejje Irén, sammankallande Dragracingsektionen

Kontakt: dragracing@svemo.se

Svemo Kansli

Anja Rauch (Koordinator Dragracing) Kontakt: anja.rauch@svemo.se

1. Aktuella SM- och RM-klasser

Klass med SM-status: Pro Twin Bike, PTB.

Klass med RM-status: Juniorbike (JBA, JBB, JBK, JBPro).

2. Allmänt om tävlingsstatus SM och RM

Svenskt Mästerskap (SM)

SM är högsta nationella tävlingsstatus för våra tävlingar i Sverige. Att bli Svensk Mästare är Sveriges högsta utmärkelse för en idrottsprestation. SM-medaljer i guld, silver och brons kommer att delas ut till första, andra och tredje bäste svenska förare. Icke-svenska förare kan inte tilldelas en SM-medalj. Se bilaga 3 i SR Dragracing för regler.

Riksmästerskap (RM)

RM är den näst högsta nationella tävlingsstatus för våra tävlingar i Sverige. RM-medaljer (mindre storlek än SM-medaljer) i guld, silver och brons kommer att delas ut till första, andra respektive tredje plats. Se bilaga 3 i SR Dragracing för regler.

3. Genomförande av tävlingar

Samtliga SM- och RM-tävlingar genomförs enligt bilaga 3 i Svemo SR Dragracing.

Flaggor/ Nationalsång

Den svenska flaggan och Svemos flagga ska finnas hissad vid banan när det körs tävlingar med SM- och RM-status. Kontakta Anja Rauch för Svemo-flagga, som har fått nytt utseende inför 2016. Elimineringdagen/ -dagarna ska inledas med nationalsången när det körs tävlingar med SM-status.

Fasta starttider

SM- och RM- klasserna ska köras med fasta starttider.

Poäng (tillägg till punkt 7 i bilaga 3 i SR Dragracing)

Räknas tävlingen inte som deltävling i SM på grund av för få deltagare, så får förarna som är inkvalade ändå fullt antal besiktningspoäng (10), som sedan räknas med i SM-sammanställningen.

För startande vid SHRA Luleås tävling kommer det att delas ut dubbla besiktningspoäng (2 ggr 10 poäng). *OBS! Dubbla besiktningspoäng gäller endast SM, inte RM.*

Speaker

En speaker ska finnas vid tävlingen. En bra speaker är mycket viktigt för att skapa intresse och förmedla den rätta "känslan" till publiken. Speakern ska också informera om vikten att skydda miljön genom att använda utplacerade sopkär/säckar för papper, burkar och flaskor. Speakern ska också informera om kommande SM- och RM-tävlingar, och gärna även om NM-tävlingar som körs i Sverige. Arrangören ska ha ett högtalarsystem som förser tävlingsplatsen med fullgott ljud, så att besökarna har lätt att följa tävlingen.

4. Marknadsföring och publik**Marknadsrättigheterna**

Sparkplug AB äger marknadsrättigheterna till SM-tävlingarna, inklusive radio- tv- och webbrättigheter. Uppsättning av eventuella skyltar ansvarar banägare/arrangör för.

Arrangören

- bör aktivt arbeta för att hitta lokala sponsorer till SM-helgen.
- ska upprätthålla klubbens befintliga hemsida för SM-helgen.
- ansvarar för att aktuell Svemo flagga finns hissad vid SM och RM (kontakta Anja Rauch för att kolla att ni har aktuell flagga, utseendet ändrades 2016)
- ansvarar för att deltagande nationers flaggor hissas (kan eventuellt lånas av Svemo, kontakta Anja Rauch)
- ansvarar för att följa framtagna SM-profil Dragracing.

Marknadsföring generellt

Arrangören ska ta fram en person som är marknadsansvarig och kontaktperson mot Svemo, samarbetspartners m.fl. Marknadsansvarig ansvarar för att i god tid kontakta Anja Rauch och Dragracingsektionen angående SM-profil.

För att uppnå bästa möjliga resultat med sin marknadsföring är det avgörande med en tydlig och genomarbetad marknadsförings- och strategiplan. Arrangören ska jobba aktivt för att all marknadsföring ligger i linje med den höga nivå det innebär att arrangera ett Svenskt Mästerskap.

Grafisk SM-profil Dragracing

Syftet med en gemensam grafisk SM-profil är att (oavsett gren):

- underlätta marknadsföringen av SM-serien för arrangören
- göra Svemo mer attraktivt för framtida, grenöverskridande sponsorer genom att visa förbundets stora bredd, vilket i sin tur gynnar alla SM-arrangörer.

SM-profilen ska användas av samtliga grenar. Detta regleras bland annat i Svemo Stadgar kap 9, Marknadsrättigheter, § 1: "Förbundet äger samtliga marknadsrättigheter till tävlingar,

uppvisningar mm som sanktionerats av förbundet, om inte annat avtalats med ansvarig arrangör.” Svemo Dragracing tar fram original för tryckt marknadsföringsmaterial enligt SM-profilen för Dragracing.

Alla SM-arrangörer ska använda materialet för att skapa ett gemensamt utseende med igenkänningsvärde för alla SM-tävlingar.

Kostnaden för framtagande av original inför tryck står Svemo för. Arrangören tar kostnaden för tryck- eller produktion av själva materialet.

Den grafiska SM-profilen omfattar följande:

- Affisch (för tryck och digital version för webben)
- Banner till hemsida
- Framsida till programblad

Vi kan ta fram design för fler/andra produkter, hör av er!

Arrangörens valmöjligheter för en specifik deltävling:

- Bild på lokal förare istället för schablonbild
- Lokala sponsorloggor (bör tilläggas)

Kontaktpersoner för dessa frågor är:

Anja Rauch anja.rauch@svemo.se .

Programbladet ska följa den grafiska SM-profilen. Programbladet ska innehålla:

- Förord från t.ex. klubbens ordförande, arrangör eller banägaren
- Lista med chefsfunktionärer och supervisor
- Tidsschema för tävlingsdagen/ -dagarna
- Typ av livetiming, och hur besökarna kan följa race via webb/radio (om den möjligheten finns)
- Gärna presentation av förarna med bild i SM-klassen (topp 3).
- Svemos/ arrangörens avtalspartner/sponsorer (centrala och lokala); om sådana finns
- Information om banområdet (banskiss med karta över området, sanitär anläggning, publik, parkeringar, miljöstation, flaggornas betydelse, gärna med bild.)
- Information angående nästa SM-deltävling och plats.

Tillfartsvägar och skyltning till bana/ tävlingsområde

Vid tävling är det av största vikt att området/publikparkeringar är lättillgängliga samt att polis och myndigheter underrättas. Inom området ska det tydligt markeras/skyltas till följande platser: Besiktning, anslagstavla, press-office, sjukvård, cafeteria, publikplatser, race-office, miljöstation, dusch/wc, park fermé.

Publikparkering och biljettförsäljning

För publik ska finnas ett tillräckligt antal parkeringsplatser i anslutning till arenan. Publik ska kunna köpa biljett för en dag eller hela tävlingshelgen av personalen vid infarten till banområdet. Funktionärer ska ha enhetlig och tydlig klädsel.

Idéer och tips för marknadsföringsinsatser (urval)

- Vid eventuell webb-/TV-sändning bör ett inledningsklipp visas från lokala/regionala attraktioner och/eller sevärdheter, för att marknadsföra staden och regionen. (Eventuellt kan möjlighet finnas att från kommunen få ersättning/sponsring för ett inslag av den här typen.)
- Skapa ett försäljningsområde, där mycket publik rör sig, för försäljning av kläder, tidningar, godis, mat, mc-delar, pins, m.m. - Skapa ett VIP-/företagsområde (inte inom förardepån) där branschen,

lokala företag, MC handlare m.fl. kan visa upp sig. Förslagsvis kan också "VIP paket", inkluderat entré, tillträde till VIPtältet, parkering säljas till företag som vill bjuda in kunder m.fl. till just er tävling.

- Dela ut fribiljetter till elever i lokala skolor, med hopp om att hela familjen kommer till just er tävling eller skapa olika familjeerbjudande.
- Anordna tävlingar i lokala varuhus/disco/radio och tidningar där första priset är VIP biljetter (eller fribiljetter) till tävlingen.
- Ge planscher, visitkort, klistermärke, flyers till lokala/regionala (mc-)butiker, eventuellt kan också provision ges om de också kan sälja entrébiljetter till tävlingen.

5. MEDIA OCH PRESS

Kommer press till tävlingsplatsen, ska de känna sig välkomna, och behandlas och servas på bästa möjliga vis. Klubbens mål ska vara att press gärna kommer tillbaka och rapporterar från arrangörens kommande evenemang (SM-status eller inte). Detta är en viktig del i klubbens marknadsföring och hur klubben vill bli sedd utifrån.

Därför är det bra om arrangören kan erbjuda en press office, en plats där journalister och media kan ta del av information kring tävlingen, och där de kan arbeta i lugn och ro för att rapportera från tävlingen. Även parkeringsplatser avsedda för press och media bör finnas, helst nära ingången till tävlingsområdet.

Förslag till utformning av press office:

- lätt tillgängligt från banan, t.ex. i tornet eller race Office, så att press och media lätt kan få löpande information om tävling
- rummet ska vara rent och snyggt, och den bör vara avsedd endast för detta ändamål.
- ca 5 arbetsplatser för journalister
- tillgång till ström och, om möjligt, fullgod internetkoppling ska finnas.
- kopianator i eller nära press office (efter behov, kolla med anmäld media innan, om möjligt)
- kaffe, dryck och något ätbart (gärna också lunch, förslagsvis samma som för funktionärer).
- 1 ansvarig person som alltid finns tillhands för att serva press med information, svara på frågor och som kan lägga ut ny information i press office fortlöpande under tävlingsdagarna.
- Information om den specifika tävlingen, startlistor, tidsschema m.m.
- färsk resultatlistor (snarast möjligt efter publicering), tävlingsprogram m.m.
- öppettider: press Office ska helst vara öppet minst 1 timme före tävling och stängas tidigast 1 timme efter avslutad tävling. Detta för att media ska kunna förbereda och avsluta sitt arbete på ett bra sätt.

För fler tips, **se bilaga 2 med rekommendationer** från Svenska Sportjournalistförbundet.

Vid SM-final:

Om press och media finns på plats, vore det trevligt att hålla en presskonferens efter avslutad SM-final, där bland annat vinnarna, förare och arrangören kan intervjuas.

Viktigt:

Det är strikt förbjudet för media att beträda banan utan pressväst.

6. FÖRSÄKRINGAR

Försäkringar gäller enligt Svemo Nationellt Tävlingsreglemente (NT).

7. SÄKERHET/ RÄDDNING/ SJUKVÅRD/ SJUKHUS

Arrangören ska i god tid informera närliggande sjukhus skriftligen att tävlingen genomförs.

Krav på säkerhet och sjukvård regleras i specialreglemente Dragracing och Svemo NT.

All sjukvårdspersonal ska vara välinformerad om tävlingsupplägget och genomförandet samt- ha fått aktuellt tidsschema för tävlingen.

Vid allvarlig olycka ska Svemos krishanteringsplan följas. Se Svemos hemsida

www.svemo.se/sv/ForKlubbar/Krishantering/ eller skanna QR-koden med mobilen:



Vid nödfall:

1. Larma 112
2. Kontakta Svemo POSOM-grupp 0722-45 43 00

8. MILJÖARBETE, CERTIFIERING OCH MILJÖSTATION

Klubben ska utse en miljöansvarig person för tävlingen. Miljöansvarig ska kontrollera användandet av miljömattor hos deltagare samt rapportera till Supervisor/jury. Om möjligt, bör miljömattor även finnas till försäljning i race office. Inför/under och efter tävling ska arrangören respektera och följa de miljöregler/rekommendationer som satts upp av Svemo och av lokala myndigheter. Det innebär till exempel att anläggningen ska hållas ren och snygg under själva tävlingsdagarna. Miljöstation, där uppsamling av däck, olja och annat miljöfarligt avfall kan lämnas, ska finnas i anslutning till Depå/ serviceplats. Arrangören ska tydligt informera alla berörda parter (förare, funktionärer, publik m.fl.) om gällande miljöregler och uppmana dem att använda miljövänliga material samt att slänga avfall på avsedda platser.

BILAGA 1 - CHECKLISTA TÄVLINGSPLANERING**Planera/kontrollera innan tävling***6 veckor innan tävlingen*

- Giltig banlicens ska finnas.
- Giltigt (betalt) tävlingstillstånd ska finnas (ansök och betala till Svemo via Svemo-TA)
- Polistillstånd ska finnas.
- Skriv tilläggsregler för tävlingen SR Dragracing, ladda upp dem på TA och ansök via TA om godkännande av supervisorerna för denna tävling.
- Boka sjukvård.
- Utse ansvariga funktionärer och kontrollera att de förbereder sina respektive uppgifter.
- Gör reklam i lokal-, regional-, och riksmidia, tänk dock på att kostnaderna är höga i tidningsannonser och det ger tyvärr inte mycket, försök därför att dela ut biljetter eller skapa någon form av tävling på internet, till exempel via sociala medier som Facebook och Twitter.
- Informera berörda grannar av banområdet om tävlingen (om det behövs).

Några dagar innan tävlingen

- Kontakta närmaste sjukhus och underrätta om tävlingen så att de är beredda på att ta in skadade förare.
- Kontrollera att kommunikation mellan alla funktionärer fungerar, testa komradio.
- Vad kan gå snett om det blir mycket regn eller olyckor?
- Testa ljudanläggningen
- Sätt upp vägvisning till banan om det inte finns enligt tidigare nämnda direktiv.

Dagen före tävlingen

- Förbered organisationsmöte med Supervisor/Jury/Tävlingsledare
- Säkerhetsbesiktning av banan.
- Meddela sjukhus (dubbelkoll, se ovan).

Under tävlingsdagen

- Publicera eventuella ändringar i PM/tilläggsregler och andra vedertagna rutiner på officiella anslagstavlan.
- Publicera resultat på officiella anslagstavlan.
- Prisutdelning till vinnare och runner-up sker efter avslutad tävling, samma dag.

Efter tävlingen

- Publicera resultat på Svemo-TA (pdf), och mejla resultat/deltagarlista till Dragracingsektionen (dragracing@svemo.se) enligt reglerna.
- Ansök om godkännande av resultat av supervisorerna och tävlingsrapport via Svemo-TA.
- Skicka resultatlistor till media.
- Ta ner vägvisning till banan.
- Utvärderingsmöte. Vad var bra och vad kan göras bättre tills nästa gång?

**BILAGA 2 - REKOMMENDATIONER FRÅN SVENSKA
SPORTJOURNALISTFÖRBUNDET**

Rekommendationer gällande pressutrymmen på tävlingar och arrangemang på elitnivå.

Pressläktare:

- Det ska finnas platser med bord som ska vara tillräckligt stora för att rymma en dator och anteckningsblock.
- Platserna ska vara utrustade med eluttag.
- Det ska finnas trådlöst nätverk på läktaren. Om det finns sladdanslutning är detta ett plus.
- Pressläktaren är vår arbetsplats. Vi önskar därför att endast ackrediterade journalister med presslegitimation får sitta här.

Pressrum:

- Här ska finnas skrivbord och eluttag.
- Här ska finnas trådlöst nätverk, men gärna även internet via sladd för att möta fotografernas krav på att kunna skicka iväg tunga filer snabbt och smidigt. Här är det med andra ord hastigheten uppströms som är viktig.
- Önskar ni bjuda på fika låt den gärna stå kvar en stund efter matchen/tävlingen, då många fotografer inte har möjlighet att gå in i pressrummet under pauser.
- Då arenans pressutrymmen är medierepresentanternas arbetsplats, och framförallt tidningsreportrar arbetar mot en tajt deadline, måste pressrummet vara öppet minst 75 minuter efter evenemangets slut, eller enligt överenskommelse med berörda parter.
- Om det är långt att ta sig ifrån spelplanen/tävlingen till pressrummet är det mycket uppskattat om fotograferna har tillgång till mindre rum, eller utrymmen, i anslutning till planen/tävlingsplatsen för att kunna arbeta där.

Positioner för fotografer:

- Här önskas tydliga direktiv gällande hur och var på området man får röra sig.
- Om arrangören kräver att fotografer ska sitta ner och fotografera behöver de förse fotograferna med pallar att sitta på.

Parkering:

Särskilda parkeringsplatser för media bör finnas, om möjligt. För fotografer och andra personer med tung utrustning bör det finnas möjlighet att köra intill pressingången och lämna av utrustningen, om inte pressparkeringen ligger vid entrén.

Övriga rekommendationer:

- Det ska alltid finnas en pressansvarig person som ska kunna bistå på plats.
- Endast ackrediterad press ska ha tillgång till pressläktare, pressrum och övrig pressservice.
- Efter tävlingen ska det finnas möjlighet att göra intervjuer med aktiva och ledare innan de går in i omklädningsrummet och duschar. Detta då många journalister arbetar mot en tajt deadline.
- Inför varje säsong önskas kontaktuppgifter till samtliga ledare och aktiva inom lagidrotterna. Gärna digitalt.

För frågor kontakta **Nicolinn Nilsson**, styrelseledamot i SSF (Svenska Sportjournalistförbundet)

E-post: nicolinn.nilsson@expressen.se Telefon: 0722-251747