

Règlement relatif à la publicité Swiss Athletics

Valable pour tous les meetings et championnats d'athlétisme devant obligatoirement être autorisés par Swiss Athletics. L'exclusion partielle conformément à l'article 1.4. est valable pour les courses et les championnats hors stade.

Version 1.09

Valable à partir du 1^{er} juillet 2009

Table des matières:

1	Règlement relatif à la publicité	3
1.1	Principe de base	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.2	Dispositions divergentes	3
1.3	Domaine de validité	3
1.4	Exclusion partielle des courses et championnats hors stade	3
2	Directives nationales concernant la publicité sur la tenue	4
2.1	Nombre d'identifications de sponsor	4
2.2	Identification de sponsor comme élément du nom de la société	4
2.3	Placement et grandeur	4
2.4	Logo du fabricant	4
2.5	Distributeur de tenue de sport individuelle	4
2.6	Maniement des noms de domaine	5
2.7	Obligation d'autorisation	5
2.8	Processus d'autorisation	5
2.9	Réglementation relative aux taxes	5
2.10	Modifications	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.11	Remises des prix/cérémonies	6
2.12	Dispositions divergentes pour les athlètes Top	6
2.13	Tenues des fonctionnaires	6
3	Contrats de publicité individuels et activités publicitaires des athlètes	7
3.1	Dispositions générales	7
3.2	Restrictions des branches	7
3.3	Exclusion équipe nationale	7
4	Contrats de publicité des sociétés	7
4.1	Dispositions générales	7
4.2	Conclusion de conventions par des athlètes individuels	8
4.3	Exclusion équipe nationale	8
5	Dispositions relatives au pool	8
5.1	Dispositions générales	8
5.2	Droit d'utilisation du nom et du logo de Swiss Athletics	9
5.3	Droit d'utilisation des photos d'athlètes	9
5.4	Restrictions pour non-partenaires du pool	9
6	Autres dispositions	9
6.1	Exigences à l'infrastructure	9
7	Imposition et sanctions	10

1 Règlement relatif à la publicité

1.1 Principe de base

En principe toutes les directives relatives à la publicité concernant les manifestations d'athlétisme devant être obligatoirement autorisées s'inspirent des directives internationales relatives à la publicité de l'IAAF. Il s'agit plus particulièrement des explications données dans la règle 8 de l'IAAF (règle IWR 8) *Publicité et présentation pendant les compétitions internationales*. Ces règles sont valables pour tous les meetings organisés selon les règles IAAF/IWR 1a à h.

1.2 Dispositions divergentes

Swiss Athletics peut décréter des dispositions divergentes pour les meetings nationaux. Conformément aux articles 18 et 37 des statuts de Swiss Athletics, le comité central est responsable du décret de ces dispositions.

1.3 Domaine de validité

Le présent règlement relatif à la publicité a caractère obligatoire pour toutes les personnes qui participent à des meetings et championnats d'athlétisme devant obligatoirement être autorisés par Swiss Athletics, qui ne sont toutefois pas soumis à l'approbation de l'IAAF ou de l'EAA, ainsi que pour toutes les sociétés affiliées à Swiss Athletics. Il est partie intégrante des directives de compétition de Swiss Athletics et fixe les droits au niveau de la publicité et du marketing, cédés pour exploitation aux sociétés, organisateurs, équipes cantonales, groupes de course et athlètes. Tous les droits de marketing qui ne sont pas cédés explicitement dans ce règlement, restent propriété de Swiss Athletics ou sont partie intégrante des directives internationales relatives à la publicité de l'IAAF.

1.4 Exclusion partielle des courses et championnats hors stade

Pour toutes les courses et tous les championnats hors stade devant obligatoirement être autorisés par Swiss Athletics, la publicité sur les vêtements, sacs et autres n'est soumise à aucune restriction en ce qui concerne le nombre et la grandeur, ni à l'obligation d'autorisation. Le présent règlement relatif à la publicité n'est par conséquent pas appliqué aux courses et championnats hors stade. Le port de publicité classé de mauvais goût, dérangeant, répugnant, diffamatoire ou inapproprié peut toutefois être interdit aux cérémonies officielles, remises des prix et autres semblables. À ce sujet, les juges-arbitres compétents décident sur place immédiatement et définitivement. Les possibilités de recours existent conformément au règlement de juridiction Swiss Athletics.

2 Directives nationales concernant la publicité sur la tenue

2.1 Nombre d'identifications de sponsor

En plus du nom de société et du logo de société, jusqu'à quatre identifications de sponsor peuvent figurer sur l'ensemble des vêtements. Chaque identification de sponsor ne peut figurer qu'une seule fois sur chaque vêtement. En ce qui concerne les tenues composées de plusieurs pièces (par ex. survêtement, tenue de compétition en plusieurs parties), le haut et le bas sont considérés comme vêtements séparés.

2.2 Identification de sponsor comme élément du nom de société

Si l'identification du sponsor est un élément du nom de société, elle n'est pas prise en compte pour les quatre identifications maximales citées ci-dessus. Si l'identification du sponsor est un élément du nom de société et en même temps une identification visuelle du même sponsor, l'identification visuelle est considérée comme identification autonome.

2.3 Placement et grandeur

Placement et grandeur des identifications de sponsor ne sont soumis à aucune spécification. Les identifications de sponsor ne peuvent toutefois figurer que sur les vêtements, les identifications de sponsor sur le corps (par ex. sous forme de tatouage etc.), sur les accessoires et autres ne sont pas tolérées.

La publicité sur les sacs et autres n'est soumise à aucune restriction au niveau national.

2.4 Logo du fabricant

Conformément aux normes IAAF, les logos de fabricant apposés en usine ne sont soumis à aucune obligation d'autorisation. Si les normes IAAF relatives aux logos de fabricant sur la tenue des athlètes ne sont pas respectées, les logos de fabricant seront considérés comme identification de sponsor autonome et seront en conséquence soumis à l'obligation d'autorisation.

2.5 Distributeur de tenue de sport individuelle

Les logos et écritures de distributeurs de tenue de sport individuelle (par ex. Panzeri) sont considérés comme logo de fabricant, dans la mesure où les normes IAAF correspondantes relatives aux logos de fabricant sur la tenue des athlètes sont respectées. Ils ne sont par conséquent pas soumis à l'obligation d'autorisation. Si les normes IAAF relatives aux logos de fabricant sur la tenue des athlètes ne sont pas respectées, les logos et les écritures des distributeurs seront considérés comme identification de sponsor autonome.

2.6 Maniement des noms de domaine

Les noms de domaine font en principe figure d'identifications de sponsor autonomes et sont également soumis à l'obligation d'autorisation. Si un nom de domaine est toutefois partie intégrante d'une identification de sponsor devant être autorisée (par ex. intégré dans un logo), ce nom de domaine n'est pas considéré comme identification de sponsor autonome. Le logo et le nom de domaine appartenant au même sponsor, mais placés séparément, peuvent être apposés séparément, en respectant toutefois qu'une seule identification n'apparaisse sur un vêtement (par ex. logo sur le shirt, nom de domaine qui en fait partie sur le short).

2.7 Obligation d'autorisation

Chaque identification de sponsor à l'exception du logo du fabricant apposé en usine est soumis à l'obligation d'autorisation et imposable, indépendamment du nombre de vêtements sur lesquels elle figure. Les catégories U14, U12 et U10 font exception à l'obligation d'autorisation. L'autorisation est un forfait valable une année pour tous les vêtements, sur lesquels figure l'identification de sponsor correspondante.

2.8 Processus d'autorisation

La soumission d'une demande d'autorisation relative aux identifications de sponsor est en principe possible en tout temps et se fait par écrit. La demande doit être adressée au secrétariat de Swiss Athletics et doit contenir les documents suivants:

- Demande écrite de la société ou de l'athlète.
- Présentation du Layout et du placement de l'imprimé publicitaire.
- Impression de l'identification de sponsor y.c. indication de la surface effective de l'impression.
- Statuts de la société, dans la mesure où le nom du sponsor est identique au nom de la société ou s'il en fait partie.

La décision d'autorisation est communiquée au demandeur par écrit dans les 15 jours.

2.9 Réglementation relative aux taxes

Une taxe annuelle répétitive de CHF 100 est due par identification de sponsor autorisée par société resp. athlète – si les logos de l'athlète diffèrent de ceux de la société. Ceci est également valable pour les noms de société, dans la mesure où un nom de sponsor est partie intégrante du nom de la société. Une identification de sponsor en tant que partie intégrante de la société et une identification visuelle simultanée du même sponsor sont facturées indépendamment l'une de l'autre. La réglementation relative aux taxes n'est pas valable pour le logo du fabricant apposé en usine.

2.10 Modifications

Les pures modifications du Layout sans changer les différentes identifications de sponsor ne doivent pas être annoncées à Swiss Athletics. Swiss Athletics tient une liste avec toutes les autorisations accordées et actuellement valables. Celle-ci peut être consultée sur le site web de Swiss Athletics (www.swiss-athletics.ch).

2.11 Remises des prix/cérémonies

Aux remises des prix et cérémonies, qui comptent comme partie de la compétition, il est obligatoire de porter la tenue de compétition ou le survêtement de la société. En cas de mauvais temps, il est permis de porter un survêtement de pluie de la société. Il est possible d'utiliser des dossards spéciaux pour les remises des prix, dont la conception est libre. Ceux-ci doivent être portés visiblement et sans modification sur la poitrine.

2.12 Dispositions divergentes pour les athlètes TOP

Des réglementations séparées peuvent être conclues entre Swiss Athletics, société et athlète pour les athlètes Top. Celles-ci sont en fin de compte régies dans les conventions des athlètes entre l'athlète et Swiss athletics. Le statut d'athlète Top est décerné lorsqu'un athlète a au moins remporté une fois dans sa carrière une médaille à une grande manifestation chez les seniors ou a occupé un rang de 1 à 10 d'une discipline olympique (y compris concours multiple) dans la liste des meilleurs mondiaux. Le droit à cette réglementation spéciale est nouvellement fixé d'année en année dans la convention des athlètes et n'est accordé qu'en relation avec toutes les autres mesures de promotion et de soutien.

2.13 Tenue des fonctionnaires

La tenue du haut du corps des juges, juges-arbitres, membres de CO et personnel technique (chronométrage etc.) n'est soumise à aucune restriction, ni à l'obligation d'autorisation.

3 Contrats de publicité individuels et activité publicitaire des athlètes

3.1 Dispositions générales

Conformément aux règlements de l'IAAF, les activités RP et publicitaires individuelles ainsi que les contrats des athlètes doivent être approuvés par Swiss Athletics avant réalisation resp. signature, afin que ceux-ci soient valables et que les directives d'autorisation ainsi que les droits des athlètes soient respectés. Les conventions doivent être approuvées par Swiss Athletics, enregistrées et être présentées sur demande de l'IAAF.

3.2 Restriction des branches

Pour les branches qui touchent l'intérêt général de la fédération, Swiss Athletics peut définir des dispositions limitatives. Ces exclusivités de branche et dispositions définies par Swiss Athletics doivent en tout temps être respectées. Les exclusivités de branche en vigueur sont publiées sur le site web de (www.swiss-athletics.ch). Pour clarifier la situation avec de tels sponsors individuels, il faut au préalable prendre contact avec le département partenariats de Swiss Athletics. Swiss Athletics peut interdire de tels partenariats.

3.3 Exclusion de l'équipe nationale

En général les athlètes n'ont pas le droit de remplir d'activités publicitaires ou de conclure des obligations publicitaires, en relation étroite avec l'équipe nationale ou pouvant être mises en relation avec. Les droits de commercialisation y relatifs se trouvent exclusivement chez Swiss Athletics. Pour les athlètes du cadre, les dispositions de la convention personnelle des athlètes sont valables.

4 Contrats publicitaires des sociétés

4.1 Dispositions générales

Pour toutes les conclusions de contrat des sociétés avec des sponsors, il faut assurer par des réserves correspondantes que toutes les réglementations IAAF et Swiss Athletics sont respectées et que les délais sont pris en compte. Les sociétés ne peuvent abandonner aucun droit appartenant à la fédération nationale Swiss athletics à leurs sponsors.

4.2 Conclusion de conventions par des athlètes individuels

Les sociétés n'ont pas le droit de conclure des conventions publicitaires avec les sponsors, concernant des athlètes individuels, car la société ne possède pas de droits individuels sur l'athlète. Par contre, les athlètes individuels peuvent être intégrés dans des activités publicitaires dans le cadre de la société dans son ensemble ou d'un groupe de la société, dans la mesure où ils ont donné leur accord.

4.3 Exclusion de l'équipe nationale

Les sociétés n'ont pas le droit de remplir d'activités publicitaires ou de conclure des obligations publicitaires, en relation étroite avec l'équipe nationale ou pouvant être mises en relation avec. Les droits de commercialisation y relatifs se trouvent exclusivement chez Swiss Athletics. Pour les athlètes de cadre, les dispositions de la convention personnelle des athlètes sont valables.

5 Dispositions relatives au pool

5.1 Dispositions générales

Swiss Athletics encourage et commercialise l'athlétisme suisse. Swiss Athletics encourage plus particulièrement l'évolution des performances des meilleurs athlètes et leur procure des possibilités de participation aux meetings et championnats internationaux. Les athlètes deviennent ainsi des partenaires de sponsoring intéressants pour les équipementiers. En retour Swiss Athletics engage les moyens réalisés par le pool des équipementiers dans des mesures ciblées au niveau des camps d'entraînement resp. de la préparation des athlètes.

Les athlètes de cadre signent à chaque fois une convention contenant e.a.:

- Pendant les compétitions internationales ainsi que lors des apparitions officielles dans le cadre de l'équipe nationale, l'athlète s'engage à ne porter que des chaussures de sport et de compétition des partenaires du pool Swiss Athletics. Les apparitions à but de communication et de promotion sont incluses.
- L'athlète s'engage à conclure des contrats individuels d'équipement exclusivement avec des partenaires du pool.

La tenue vestimentaire uniforme des délégations et équipes aux engagements internationaux, prescrite par le règlement international doit être assurée par Swiss Athletics. Swiss Athletics renonce à uniformiser les chaussures de ses équipes et délégations. Swiss Athletics n'intégrera toutefois dans les délégations internationales que des athlètes portant des chaussures d'une fabrique représentée dans le pool.

5.2 Droit d'utilisation du nom et du logo de Swiss Athletics

Swiss Athletics accorde aux partenaires du pool le droit d'utiliser le logo ainsi que le nom de Swiss Athletics pour leurs mesures de communication. Le logo et le nom de Swiss Athletics ne peuvent toutefois être utilisés qu'en relation avec le partenariat du pool. Swiss Athletics octroie en plus aux partenaires du pool le droit d'utiliser le titre *Partenaire du pool Swiss Athletics*. Il est possible de convenir d'autres titres après accord réciproque.

5.3 Droit d'utilisation des photos des athlètes

En plus pour des mesures bien définies dans le domaine de la publicité, RP et promotion, les partenaires du pool peuvent, après accord avec Swiss Athletics, utiliser du matériel photo d'athlètes ou de groupes d'athlètes portant l'équipement du team national (y.c. photos de compétition) resp. en tenue officielle de sortie. Les éventuels Copyrights sur l'image (droits sur les images) ainsi que les indemnisations des frais des athlètes sont payés par les partenaires du pool.

5.4 Restrictions pour les non-partenaires du pool

Les équipementiers qui ne font pas partie du pool des équipementiers de Swiss Athletics ne peuvent utiliser ni le nom, ni le logo de Swiss Athletics, ni le matériel photo des athlètes en tenue nationale officielle pour leurs mesures de communication. Ceci est valable même s'il existe un contrat personnel de sponsor ou d'équipementier entre l'équipementier et un athlète ou une société.

6 Autres dispositions

6.1 Exigences à l'infrastructure

Lors de l'organisation de manifestations supérieures comme des championnats, les sociétés ne peuvent pas céder à leurs sponsors, propriétaires de stade etc. des droits appartenant à la fédération nationale Swiss Athletics. Ceci concerne plus particulièrement les droits de marketing lors de la prise en charge de manifestations telles que les Championnats suisses, Coupes d'Europe etc. Pour prendre en charge une telle manifestation, une société doit pouvoir garantir à Swiss Athletics un stade exempt de toute publicité. Les exigences précises sont à chaque fois régies dans le contrat de la manifestation et le manuel de marketing qui en fait partie.

7 Imposition et sanctions

À toutes les manifestations, l'imposition de ces réglementations incombe aux juges-arbitres officiels et, si existant, au délégué technique et/ou au délégué à l'organisation de Swiss Athletics. Les instructions données par ces personnes doivent impérativement être respectées. En cas d'infraction à ces dispositions, organisateurs, sociétés et athlètes peuvent être sanctionnés et amendés. Le processus lors de sanctions, protêts et recours ainsi que l'importance du montant de la peine est calqué sur les directives courantes de Swiss Athletics conformément aux statuts Art. 51 – 53 et sur le règlement de juridiction.

Approuvé par le comité central de Swiss Athletics le 1^{er} juillet 2009.

N:\Partnerschaften und Marketing\Werbereglement\Werbereglement_2009.doc

