

Règlement de publicité

Version 01.01.2019

Table des matières:

1	Généralités	
1.1	Principe de base	2
1.2	Dispositions nationales divergentes	2
1.3	Domaine d'application	2
1.4	Exclusion partielle des championnats hors stade	2
2	Publicité sur les vêtements	2
2.1	Domaine d'application	2
2.2	Tenue de société et logo de société	2
2.3	Tenue promotionnelle individuelle	3
2.4	Logo du fabricant	3
2.5	Identifications des sponsors	3
2.6	Obligation d'autorisation	4
2.7	Procédure d'autorisation	4
2.8	Système de tarification	4
2.9	Mutations	4
2.10	Remises des prix/Cérémonies	4
2.11	Tenue des fonctionnaires	5
3	Contrats publicitaires individuels et activités publicitaires des athlètes	5
3.1	Dispositions générales	5
3.2	Limitations de branches	5
3.3	Exclusion équipe nationale	5
4	Contrats publicitaires des sociétés	5
4.1	Dispositions générales	5
4.2	Conclusion de conventions par athlètes individuels	5
4.3	Exclusion équipe nationale	5
5	Pool des équipementiers	6
5.1	Dispositions générales	6
5.2	Droit d'utilisation du nom et du logo de Swiss Athletics	6
5.3	Droit d'utilisation des images d'athlètes	6
5.4	Restrictions pour non partenaires du pool	6
6	Autres dispositions	6
6.1	Stade et site de compétition	6
7	Application et sanctions	6

1 Généralités

1.1 Principe de base

Le règlement de publicité se base sur les règles publicitaires internationale de l'IAAF. Il s'agit plus particulièrement de la règle IAAF 8 (IWR 8), ainsi que des remarques faites dans les «Regulations Governing Advertising and Promotional Displays at Competitions held under IAAF Rules» (IAAF). Les règles qui y sont définies sont valables pour toutes les manifestations internationales selon IAAF/IWR règle 1 a à j.

1.2 Dispositions nationales divergentes

Swiss Athletics peut décréter des dispositions divergentes pour les compétitions nationales. Conformément aux articles 16 et 36 des statuts, le comité central est compétent pour le décret de ces dispositions.

1.3 Domaine d'application

Le présent règlement de publicité est contraignant pour toutes les sociétés affiliées à Swiss Athletics ainsi que pour les personnes qui participent à des compétitions autorisées par Swiss Athletics (meetings B et C et concours de championnats) et à celles qui ne sont pas soumises à l'approbation de l'IAAF ou d'European Athletics. Il fait partie intégrante des directives de compétition de Swiss Athletics et définit les droits dans le domaine de la publicité et du marketing, cédés pour utilisation aux sociétés, organisateurs, équipes régionales ou cantonales, groupes de course et athlètes. Tous les droits de marketing qui ne sont pas explicitement cédés conformément au présent règlement sont expressément propriété de Swiss Athletics ou sont soumis aux règlements internationaux de l'IAAF ou l'EA sur la publicité.

1.4 Exclusion partielle des championnats hors stade

En ce qui concerne toutes les courses et tous les championnats hors stade, la publicité en termes de nombre et taille sur tous les vêtements, sacs etc. n'est soumise à aucune restriction et n'est donc pas soumise à autorisation. Le présent règlement de publicité ne s'applique donc pas aux courses, ni aux championnats hors stade. Nous nous réservons le droit de sanctionner toute publicité qui viole le concept d'éthique de Swiss Athletics.

2 Publicité sur les vêtements

2.1 Domaine d'application

Les règlementations concernant la publicité sur les vêtements s'appliquent à toutes les pièces de vêtement portées pendant la compétition (=tenue de compétition) et/ou les remises des prix resp. cérémonies officielles¹.

2.2 Tenue de société et logo de société

a) Conformément au RO, la responsabilité du port d'une tenue de société officielle soumise au présent règlement de publicité incombe aux sociétés.

¹ La publicité sur des pièces de vêtement qui ne sont pas portées pendant la compétition ainsi que sur les sacs et similaires n'est soumise à aucune restriction.

- b) Taille et placement du nom de société et du logo de société ne sont soumis à aucune restriction.
- c) En ce qui concerne les coloris des vêtements de sociétés, les sociétés sont libres.

2.3 Tenue promotionnelle individuelle

Les sociétés peuvent autoriser les athlètes à porter une tenue promotionnelle individuelle. Tous les points du présent règlement de publicité mentionnés ci-dessous s'appliquent également aux tenues promotionnelles individuelles.

2.4 Logo du fabricant

Les logos et graphismes apposés par les fabricants d'articles de sport ou par les distributeurs de vêtements de sport individuels (par ex. Panzeri, Ochsner, ...) ne sont pas soumis à l'obligation de déclaration et d'autorisation, à condition de ne pas dépasser une certaine taille (voir normes IAAF²). En terme simples, pour toutes les compétitions soumises au présent règlement de publicité, la taille du logo du fabricant, graphisme compris, imprimé ne peut pas dépasser la taille maximale de 40 cm² sur chaque pièce de vêtement (exception: 2 logos pour une tenue d'une pièce). De plus le logo du fabricant (sans graphisme, max. 30cm² par logo) peut être imprimé plusieurs fois (voir normes IAAF). Si les normes de l'IAAF ne sont pas respectées en matière de logo du fabricant, les logos des fabricants seront considérés comme identification indépendante de sponsor et seront par conséquent soumis à l'obligation d'autorisation.

2.5 Identifications des sponsors

- a) Des identifications de sponsor, dont le nombre n'est pas limité, peuvent être apposées sur toutes les pièces de vêtements en plus du nom et du logo de la société. Chaque identification de sponsor ne peut figurer qu'une seule fois sur chaque pièce de vêtement (exception: 2 identifications de sponsor pour une tenue d'une pièce). Pour les vêtements de plusieurs pièces (par ex. survêtement, tenue de compétition de plusieurs pièces), le bas et le haut sont considérés comme pièces séparées.
- b) L'emplacement et la taille des identifications de sponsor ne sont soumis à aucune spécification. Les identifications des sponsors ne peuvent toutefois être apposées que sur les vêtements; les identifications des sponsors directement sur le corps (par ex. sous forme de tatouages), sur des accessoires et autres similaires ne sont pas autorisées et doivent à la rigueur être couvertes.
- c) Si le nom d'un sponsor fait partie intégrante du nom de la société, c'est considéré comme une identification de sponsor. Une identification de sponsor comme partie intégrante du nom de la société et une identification visuelle simultanée du même sponsor sont considérées comme identifications de sponsor indépendantes.
- d) Les noms de domaine ainsi que les codes QR sont en principe considérés comme identifications de sponsor individuelles et sont également soumis à l'obligation d'autorisation. Toutefois si un nom de domaine ou le code QR fait partie intégrante d'une identification de sponsor soumise à autorisation (par ex. intégré dans un logo), ce nom de domaine ou code QR n'est pas considéré comme identification de sponsor indépendante. Le logo et le nom de domaine

² Voir «Regulations Governing Advertising and Promotional Displays at Competitions held under IAAF Rules», chapitre 4.

ou code QR appartenant au même sponsor peuvent être placés indépendamment l'un de l'autre, mais seulement de manière qu'une seule identification apparaisse par pièce de vêtement (par ex. logo sur le shirt, nom de domaine sur le short).

2.6 Obligation d'autorisation

Chaque identification de sponsor sur une tenue de société ou une tenue promotionnelle individuelle – à l'exception des logos de fabricant apposés en usine – est soumise à obligation d'autorisation et de taxe indépendamment du nombre de vêtements sur lequel elle est apposée. Les catégories U12 et U10 sont exclues de l'obligation d'autorisation.

2.7 Procédure d'autorisation

- a) Il est en principe en tout temps possible de soumettre une demande écrite pour une autorisation d'identification de sponsor. La demande doit être adressée au secrétariat de Swiss Athletics, département Management de la fédération et doit comprendre les documents suivants:
 - Demande écrite de la société ou de l'athlète
 - Représentation de la mise en page et emplacement de l'impression publicitaire
 - Impression de l'identification de sponsor
- b) Swiss Athletics examine la demande, en tenant particulièrement compte du concept d'éthique de Swiss Athletics: La publicité pour des boissons alcoolisées, le tabac ou tous les produits classés comme sexuellement offensants ou diffamants n'est pas admissible.
- c) La décision quant à l'autorisation est annoncée par écrit aux demandeurs dans les 14 jours. La décision d'autorisation peut faire l'objet d'un recours conformément au «Règlement de juridiction» de Swiss Athletics.

2.8 Système de tarification

Conformément au règlement de juridiction, une taxe récurrente de CHF 150 doit être payée annuellement par identification de sponsor autorisée par société ou athlète – si les identifications de sponsor de la tenue promotionnelle individuelle diffèrent de celles de la société. Aucune taxe ne devra être acquittée pour le nom de la société (exception: point 2.5c), le logo de la société et le logo du fabricant apposé en usine.

2.9 Mutations

Les simples modifications de mise en page sans changement de l'identification individuelle de sponsor ne doivent pas être annoncées à Swiss Athletics.

2.10 Remises des prix/Cérémonies

Aux remises des prix et cérémonies officielles (aux compétitions au stade ou en salle), qui sont considérées comme partie de la compétition, les athlètes n'ont le droit de porter que la tenue de compétition ou le survêtement. Par mauvais temps, il est permis de porter un imperméable. La publicité sur les vêtements portés lors des remises des prix/cérémonies est soumise à l'obligation d'autorisation selon point 2.1.

Pour les remises des prix, il est possible d'utiliser des dossards spéciaux, dont la conception est libre. Ceux-ci doivent être portés de manière bien visible et inchangée sur la poitrine.

2.11 Tenue des fonctionnaires

Les vêtements du haut du corps des juges, des juges-arbitres, des membres du CO et du personnel technique (chronométrage etc.) ne sont pas soumis à l'obligation d'autorisation et de taxe. Swiss Athletics se réserve le droit de sanctionner la publicité qui viole le concept d'éthique de Swiss Athletics.

Le logo de l'organisateur n'est soumis à aucune restriction de taille, les logos de fabricant ainsi que les éventuelles impressions publicitaires ne doivent pas dépasser une taille de 100cm².

3 Contrats publicitaires individuels et activités publicitaires des athlètes

3.1 Dispositions générales

Conformément aux règlements de l'IAAF, les activités individuelles de RP et de publicité ainsi que les contrats individuels des différents athlètes avec des sponsors et équipementiers doivent être autorisés par Swiss Athletics avant l'exécution ou la signature des contrats.

3.2 Limitations de branche

Swiss Athletics peut définir des dispositions restrictives pour les branches qui concernent les intérêts généraux de la fédération. Les exclusivités de branches en vigueur sont publiées sur le site web de Swiss Athletics (www.swiss-athletics.ch). Pour des éclaircissements concernant des partenariats individuels dans ces branches, il faut au préalable prendre contact avec le département Marketing de Swiss Athletics. Swiss Athletics peut refuser de tels partenariats.

3.3 Exclusion équipe nationale

En général les athlètes ne peuvent prendre part à aucune activité publicitaire ou engagement promotionnel qui soit en relation avec l'équipe nationale ou qui pourrait y être associé. Les droits de commercialisation correspondants sont détenus exclusivement par Swiss Athletics.

4 Contrats publicitaires des sociétés

4.1 Dispositions générales

Pour tous les contrats conclus par des sociétés avec des partenaires, il faut faire des réserves appropriées pour assurer que toutes les réglementations de l'IAAF et de Swiss Athletics soient respectées et prises en compte à temps. Les sociétés n'ont pas le droit d'accorder à leurs partenaires des droits appartenant à Swiss Athletics.

4.2 Conclusion de conventions par athlètes individuels

Les sociétés n'ont pas le droit de conclure avec des partenaires des contrats publicitaires concernant les droits des athlètes individuels sans le consentement de ces derniers.

4.3 Exclusion équipe nationale

Les sociétés ne sont généralement pas autorisées à mener des activités publicitaires ou à s'engager dans des obligations promotionnelles, liées à l'équipe nationale ou qui pourraient être mises en relation avec elle. Les droits de commercialisation correspondants sont détenus exclusivement par Swiss Athletics.

5 Pool des équipementiers

5.1 Dispositions générales

Swiss Athletics doit assurer la tenue uniforme des délégations aux manifestations internationales, prescrite par l'IAAF et l'EA. Swiss Athletics renonce à un équipement uniforme en matière de chaussures pour ses athlètes. Swiss Athletics engage aux manifestations internationales uniquement des athlètes portant les chaussures d'un partenaire (équipementier) du Pool. La liste des partenaires du Pool se trouve sur le site web de Swiss Athletics.

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 et le nom de Swiss Athletics pour leurs mesures de communication. Le logo et le nom de Swiss Athletics peuvent cependant être utilisés exclusivement en relation avec le partenariat du Pool. Swiss Athletics accorde aussi aux partenaires du Pool le droit d'utiliser l'appellation *Poolpartner Swiss Athletics*. D'autres appellations peuvent être convenues après accord mutuel.

5.3 Droit d'utilisation des images d'athlètes

En accord avec Swiss Athletics, les partenaires du Pool peuvent également utiliser des images des athlètes ou groupes d'athlètes en tenue de l'équipe nationale (y.c. images de compétition) ou en tenue officielle de loisirs pour des mesures précisément définies des domaines publicité, RP et promotion. Les partenaires du Pool doivent payer les éventuels copyrights d'image (droits d'image) ainsi que les remboursements des frais aux athlètes.

5.4 Restrictions pour non partenaires du Pool

Les équipementiers qui ne font pas partie du Pool des équipementiers de Swiss Athletics n'ont pas le droit d'utiliser le nom, ni le logo de Swiss Athletics, ni les images d'athlètes en tenue nationale officielle pour leurs mesures de communication. Ceci s'applique même s'il existe un contrat personnel de sponsoring ou d'équipement entre l'équipementier et un athlète.

6 Autres dispositions

6.1 Stade et site de compétition

Les sociétés ne peuvent céder aucun droit appartenant à Swiss Athletics, à l'EA ou à l'IAAF à leurs partenaires, propriétaires de stade etc. lors du déroulement d'événements supérieurs tels que championnats. Ceci s'applique plus particulièrement aux droits de marketing pour la prise en charge de manifestations telles que des championnats suisses, manifestations internationales sur mandat de l'EA ou de l'IAAF, etc. La société organisatrice doit être en mesure de garantir à Swiss Athletics un stade et un site de compétition sans publicité. Les exigences exactes sont à chaque fois définies dans le contrat d'organisation.

7 Application et sanctions

L'application du règlement de publicité relève de la responsabilité du département Management de la fédération de Swiss Athletics. Les juges-arbitres et organisateurs sont tenus et autorisés à

sanctionner (par le changement du vêtement concerné) des vêtements portés pendant la compétition ou la remise des prix, qui violent le concept d'éthique de Swiss Athletics (voir point 2.7b). Ils sont en plus tenus d'attirer l'attention des athlètes sur les dispositions du règlement de publicité et d'annoncer les infractions présumées à la fédération. Swiss Athletics peut donner un avertissement ou condamner à une amende les organisateurs, sociétés et athlètes s'il y a violation du règlement de publicité. La procédure est basée sur les statuts et le «Règlement de juridiction» de Swiss Athletics.

Approuvé le 25 septembre 2018 par le comité central de Swiss Athletics.