



Fédération Internationale de Handball

XVII. Règlement en matière de publicité

- a) Publicité sur la tenue de sport
- b) Publicité dans les salles de sport

Table des matières

	Page
a) Publicité sur la tenue de sport	3
1. Généralités	3
2. Nature de la publicité	4
3. Dimensions des surfaces publicitaires	4
4. Dispositions particulières	5
b) Publicité dans les salles de sport	6

a) Publicité sur la tenue de sport

Ce Règlement a valeur de directive obligatoire en ce qui concerne la tenue de sport des joueurs et officiels de toutes les équipes ainsi que celle des arbitres et représentants de l'IHF dans le domaine de la Fédération Internationale de Handball.

1. Généralités

- 1.1.** Il est autorisé d'apposer de la publicité sur les tenues de jeu des joueurs ainsi que sur les tenues de sport et d'entraînement portées par les joueurs et les officiels des équipes sur les lieux des rencontres.
- 1.2.** Il est autorisé d'apposer de la publicité sur les tenues de jeu ainsi que sur les tenues de sport et d'entraînement portées par les arbitres, les officiels et les délégués techniques de l'IHF sur les lieux des rencontres.
- 1.3.** La publicité apposée sur la tenue de sport (voir 1.1. et 1.2.) ne doit pas s'accompagner d'un avantage matériel pour celui qui la porte.
- 1.4.** Lors des Championnats du monde Masculins, Féminins, Juniors masculins, Juniors féminins, de la Jeunesse masculine et féminine et de Beach handball ainsi que des Coupes du monde pour équipes de clubs et équipes nationales, l'IHF a le droit de faire elle-même de la publicité ou d'apposer de la publicité (voir également 3.4).
- 1.5.** L'espace consacré à la publicité sur les tenues de jeu n'est pas limité pour les fédérations nationales.
- 1.6.** La publicité d'un sponsor général de l'IHF doit être traitée en priorité. La participation financière des équipes et clubs concernés est régie par le Règlement financier de l'IHF.
- 1.7.** Les contrats publicitaires des équipes nationales et équipes de clubs, portant atteinte au privilège de l'IHF spécialement en ce qui concerne l'endroit de la publicité sur la tenue de sport, ne sont pas valables.

2. Nature de la publicité

- 2.1.** Est autorisée l'utilisation de noms de sociétés et de produits ainsi que de marques et de catégories de marchandises qui ne portent pas atteinte aux bonnes mœurs. La publicité ne doit pas être de nature politique, religieuse, raciste ou idéologique.
- 2.2.** Les dispositions nationales (interdiction de la publicité pour le tabac, l'alcool, les médicaments, etc.) doivent être respectées.
- 2.3.** L'utilisation de couleurs fluorescentes n'est pas autorisée. Cette interdiction s'applique non seulement à la publicité mais aussi, d'une manière générale, aux matières dont sont composées la tenue de sport et d'entraînement.
- 2.4.** Les marques et les signes de provenance des fabricants d'articles de sport ne sont pas considérés comme de la publicité s'ils ne dépassent pas 20 centimètres carrés.

3. Dimensions des surfaces publicitaires

- 3.1.** La surface publicitaire maximale autorisée (dimensions extérieures) pour les maillots est de 25 cm de large sur 22 cm de haut (ou 550 cm² maximum); la hauteur de chaque caractère ne doit pas dépasser 10 cm.
- 3.2.** La lisibilité des numéros des joueurs sur le maillot ne doit pas être entravée par la publicité.
Les joueurs qui portent des tenues de sport non conformes au Règlement ne seront pas autorisés à jouer.
La surface publicitaire sur les shorts, manches et bandeaux ne doit pas dépasser 80 centimètres carrés.
- 3.3.** Emplacements publicitaires sur les tenues de jeu
Sont considérées comme surfaces publicitaires :
 - l'avant et le dos des maillots
 - les côtés extérieurs des manches
 - les shorts
 - les bandeaux
- 3.4.** Droits sur les surfaces publicitaires lors des compétitions de l'IHF.
L'avant des maillots est exclusivement réservé à la publicité des fédérations membres de l'IHF (sans participation financière de l'IHF). L'exclusivité éventuellement revendiquée par un annonceur pour son domaine d'activité est exclue.

Cette disposition s'applique de même par analogie aux vêtements des officiels des équipes.

La partie supérieure au dos des maillots est, de manière générale, réservée à l'éventuelle publicité des sponsors généraux de l'IHF (avec une participation financière des fédérations/équipes participantes). Ces surfaces peuvent cependant, suivant le cas, accueillir également la publicité des pays membres/des équipes concernées (avec une participation financière de l'IHF). La participation financière respective est fixée par le Règlement financier de l'IHF.

Etant donné que lors des Championnats du monde Masculins et Féminins, le nom des joueurs figure dans la partie supérieure du dos des maillots au-dessus du numéro, une autre partie des maillots est réservée à l'IHF, de préférence sur le haut, à l'avant. Au cas où cet espace est déjà attribué en raison de dispositions contractuelles nationales, l'IHF s'efforcera de trouver une solution avec les fédérations concernées.

Cette disposition s'applique également par analogie aux officiels des équipes.

Les côtés extérieurs des manches sont exclusivement réservés à la publicité de l'IHF (sans participation financière des fédérations membres de l'IHF).

Tous les autres emplacements sont réservés à la publicité des fédérations membres/des clubs (sans participation financière de l'IHF).

Les tenues d'entraînement et les sacs de sport sont exclusivement réservés à la publicité des fédérations membres/des clubs (sans participation financière de l'IHF). Cependant, chaque équipe et chaque joueur d'une fédération membre ou d'un club peut porter une propre publicité.

La publicité sur les vêtements des arbitres et des officiels de l'IHF est réservée à l'IHF (sans participation financière des fédérations membres/des clubs). L'exclusivité éventuellement revendiquée par un annonceur pour son domaine d'activité est exclue.

4. Dispositions particulières

- 4.1.** Les contrats conclus entre les fédérations membres de l'IHF et la société faisant de la publicité doivent mentionner toutes les spécifications relatives à la publicité et au montant ou à la nature du budget ou du service mis à disposition. Dans la mesure où elle transmet ses droits publicitaires aux fédérations/clubs, l'IHF a droit à une part financière (voir 3.4. § 3), les contrats doivent, dans ces cas-là et si c'est nécessaire, être soumis à l'IHF.

- 4.2.** Les contrats conclus entre les fédérations membres de l'IHF/les clubs et la société faisant de la publicité ne peuvent renfermer aucune convention susceptible de limiter les droits publicitaires de l'IHF.
- 4.3.** L'IHF n'est pas compétente et ne peut être tenue pour responsable des différends qui résultent de contrats publicitaires conclus entre les fédérations membres de l'IHF/les clubs, d'une part, et les sociétés faisant de la publicité ou les sponsors, d'autre part.
Elle ne peut, de même, être tenue responsable des pertes de recettes consécutives aux restrictions stipulées dans l'article 2.2.
- 4.4.** Dans le cadre des championnats du monde et des coupes du monde pour équipes de clubs et équipes nationales, les infractions aux dispositions du présent Règlement sont normalement traitées par la Direction de compétition et sinon par le Conseil de l'IHF. Les dispositions et les Règlements de l'IHF sont applicables.

b) Publicité dans les salles de sport

En plus de la publicité sur les tenues de sport (voir Règlement correspondant), la Fédération Internationale de Handball autorise, lors de ses compétitions, la publicité dans les salles de sport aux endroits suivants:

- Publicité sur les panneaux stationnaires et rotatifs (82 mètres linéaires sur les côtés face aux caméras; 25 mètres linéaires sur le grand côté non couvert par les caméras)
- Publicité au sol dans le rond central de la surface de jeu (depuis le centre du terrain dans un rayon d'environ 2,3 mètres)
- Publicité au sol au milieu de chaque demi-terrain (par demi-terrain, 4 zones de 3 x 2 m chacune)
- Publicité au sol dans la surface de but (par surface de but, 2 zones de 1 x 3 m chacune)
- Publicité au sol dans le but (par but, 1 zone de 1 x 3 m)
- Publicité au sol le long du terrain de jeu
- Publicité dans les filets du but
- Autre publicité dans la mesure où les dispositions en vigueur l'autorisent

La publicité est toujours autorisée lorsqu'il n'existe pas de dispositions contraires imposées par la chaîne de télévision locale.

