



International
Handball
Federation

XVII. Règlement en matière de publicité

Édition : 2 décembre 2020



Table des matières

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

Remarque : Pour faciliter la lecture, il a été décidé de renoncer à la forme féminine dans la désignation des personnes. En conséquence, toutes les désignations de personnes sont valables pour les deux sexes.

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.



Article 1

1. Informations générales

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.
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.
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.
4. Lors des Championnats du monde Masculins, Féminins, des Juniors masculins et 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 [3.3](#)).
5. L'espace consacré à la publicité sur les tenues de jeu n'est pas limité pour les fédérations nationales.
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.
7. Les contrats publicitaires des équipes nationales et équipes de clubs, portant atteinte au privilège de l'IHF spécialement en ce qui concerne l'emplacement de la publicité sur la tenue de sport, ne sont pas valables.



Article 2

2. Nature de la publicité

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. Les dispositions nationales (interdiction de la publicité pour le tabac, l'alcool, les médicaments, etc.)

doivent être respectées.

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 les tenues de sport et d'entraînement
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 cm². Le fabricant peut envoyer des échantillons de ses formes d'identification, accompagnés d'une description écrite, au Siège de l'IHF pour examen.



Article 3

3. Dimensions des surfaces publicitaires

1. Sont reconnues comme surfaces publicitaires, uniquement les surfaces suivantes. Les dispositions s'appliquent aux joueurs de champ et aux gardiens de but. De manière générale, il est autorisé d'avoir différents partenaires publicitaires pour la même surface publicitaire sur la tenue de jeu pendant la compétition.
 - 1) partie inférieure de l'avant du maillot :
un maximum de deux surfaces publicitaires différentes d'une dimension maximale de 30 cm de large et 20 cm de haut
 - 2) dos du maillot, sous le numéro du joueur :
un maximum de deux surfaces publicitaires différentes d'une dimension maximale de 30 cm de large et 20 cm de haut
 - 3) partie supérieure de l'avant du maillot :
une surface publicitaire de chaque côté du col, d'une dimension maximale de 5 cm de haut et 10 cm de large
 - 4) partie extérieure des manches :
dimension maximale de 15 cm de haut, 10 cm de large
 - 5) côtés du maillot :
dimension maximale de 20 cm de haut, 10 cm de large
 - 6) l'avant des shorts/du pantalon de gardien de but :
un maximum de deux surfaces publicitaires différentes sur une jambe d'une dimension maximale de 12 cm de haut et de 18 cm de large
 - 7) l'arrière du short/pantalon du gardien de but :
un maximum de deux surfaces publicitaires différentes d'une dimension maximale de 25 cm de large et 12 cm de haut

La hauteur de chaque caractère ne doit pas excéder 10 cm.

Les brassards de capitaine, les bandeaux de poignets, les bandeaux de front, les bandages, les attelles doivent être vierges de publicité.



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.

3. Droits relatifs aux surfaces publicitaires lors des compétitions de l'IHF

Les côtés extérieurs des manches sont exclusivement réservés à la publicité de l'IHF (sans participation financière des fédérations membres de l'IHF). L'IHF se réserve le droit d'apposer de la publicité ou de faire de la publicité pour campagnes spécifiques de l'IHF (par ex., en plaçant le logo de la compétition, le logo du handball à l'école, etc. dans cet emplacement).

Tous les autres emplacements (définis à l'article 3.1.) sont réservés exclusivement à la publicité des fédérations membres/des clubs (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 tenues des officiels des équipes.

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). 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.



Article 4

4. Dispositions particulières

1. 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.
2. 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](#).
3. 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.
4. Dans le cadre de l'examen des tenues de jeu des joueurs, les équipes envoyant des photos des tenues doivent indiquer les surfaces publicitaires qu'elles souhaitent utiliser ou, si possible, envoyer une tenue de jeu sur laquelle la publicité est apposée. Ainsi, le non-respect du présent Règlement peut être évité dès le départ.

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 dans les salles de de compétition, dans les locaux et aux entrées
- 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.