International
Handball
Federation

XVII. Règlement en matière de publicité

Édition : 1er novembre 2026

International Handball Federation

Table des matières

I. Publicité sur la tenue de sport 2
Article 1 – Portée et applicabilité 2
Article 2 – Dispositions générales 2
Article 3 – Nature de la publicité 3
Article 4 – Dimensions des surfaces publicitaires sur les tenues de jeu (handball en salle) 4
Article 5 – Dimensions des surfaces publicitaires sur les tenues de jeu (beach handball) 6
Article 6 – Dimensions des surfaces publicitaires sur les tenues de jeu (handball en fauteuil roulant) 7
Article 7 – Espace au-dessus du nom du joueur 9
Article 8 – Dispositions particulières 9
Article 9 – Dispositions disciplinaires 10
II. Publicité dans les salles de sport 11
Article 1 – Publicité sur le terrain 11

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.

Remarque : Les dispositions surlignées en jaune entreront en vigueur le 1er janvier 2027.

I. Publicité sur la tenue de sport

Article 1

1. Portée et applicabilité

Ce règlement constitue des règles contraignantes régissant ~~la valeur de directive obligatoire~~ la publicité sur les tenues de sport portées par les joueurs et les officiels de toutes les équipes ainsi que par les officiels de l'IHF, y compris les arbitres et les personnes désignées de l'IHF, ~~représentants dans le domaine de la Fédération Internationale de Handball.~~ dans le cadre des compétitions de handball en salle, de beach handball et de handball en fauteuil roulant organisées par l'IHF.

Par souci de clarté, le terme « tenue de sport » désigne l'ensemble des vêtements, accessoires et articles portés par les joueurs, les officiels d'équipe et les arbitres dans le cadre de l'échauffement et des matchs disputés lors des compétitions de l'IHF, tels que les tenues de jeu (maillots à manches courtes ou maillots de gardien de but, shorts ou pantalons/shorts de gardien de but), les chaussettes, les chaussures, les tenues d'entraînement, les couvre-chefs, les poignets anti-transpiration et les équipements de protection. Le terme « tenue de sport » n'englobe pas les équipements techniques ni les objets personnels qui ne sont pas portés sur le corps, tels que les sacs ou les contenants, sauf disposition contraire explicite. Les règles en matière de publicité applicables à ces équipements techniques sont régies par le présent règlement.

Sauf disposition contraire, les dispositions du présent règlement s'appliquent à toutes les compétitions de l'IHF.

Article 2

2. Dispositions générales

1. Il est autorisé d'apposer de la publicité sur les tenues de jeu portées par les joueurs lors d'un match, ~~ainsi que sur les tenues de sport et d'entraînement portées par les joueurs et les officiels des équipes sur les lieux des rencontres~~ ainsi que sur les tenues d'entraînement, les t-shirts (à col ou sans col) et les sacs de sport utilisés par les joueurs et les officiels d'équipe pendant la compétition.
2. Il est autorisé d'apposer de la publicité sur les tenues de sport ~~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~~ portées par les officiels de l'IHF pendant la compétition. Cette publicité est réservée exclusivement à l'IHF.
3. La publicité apposée sur la tenue de sport (voir 2.1 et 2.2) ne doit pas s'accompagner d'aucun avantage matériel découlant de contrats ou d'accords individuels conclus par 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 sur les tenues de jeu lors des compétitions de handball en salle et de handball en fauteuil roulant organisées par l'IHF (voir également ~~3.3~~ 4.2 et 6.2).

5. ~~L'espace consacré à la publicité sur les tenues de jeu n'est pas limité pour les fédérations nationales.~~ Les fédérations nationales et les clubs ont le droit de placer de la publicité sur les tenues de jeu, les tenues d'entraînement, les maillots et les sacs de sport, conformément au présent règlement.
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~~. Les contrats publicitaires des fédérations membres et des clubs participant aux événements de l'IHF, portant atteinte au droit exclusif ~~privilège~~ de l'IHF, spécialement en ce qui concerne l'emplacement de la publicité sur les tenues de jeu (voir articles 4.2 and 6.2) ~~tenues de sport~~, ne sont pas valables.
7. La lisibilité des numéros des joueurs sur les tenues de jeu ne doit pas être entravée par la publicité.
8. Les joueurs dont la tenue de jeu n'est pas conforme à l'article 2.7 ne seront pas autorisés à jouer.

Article 3

3. 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. En outre, la publicité pour le tabac, l'alcool et les drogues est interdite.
2. Les dispositions nationales en matière de paris et de jeux d'argent ~~(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~~ à la couleur des 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~~ 30 cm², sauf indication contraire dans le présent règlement. Le fabricant peut envoyer des échantillons de ses formes d'identification, accompagnés d'une description écrite, au Siège de l'IHF pour examen.
5. Les brassards de capitaine, les poignets anti-transpiration, les élastiques à cheveux, les bandeaux cheveux, les bandages de soutien, les chaussettes, les chaussures, les sous-vêtements, les foulards et les équipements de protection, tels que définis dans le Règlement pour les équipements de protection et accessoires de l'IHF ne doivent comporter aucune publicité, à l'exception de la marque d'identification du fabricant (logo ou symbole) dont la taille ne doit pas dépasser 10 cm² (sauf pour les chaussettes, les manchons de compression, les manchons de compression mollet, pour lesquels des marques d'une superficie maximale de 30 cm² sont autorisées). Les marques du

fabricant sur les chaussures doivent correspondre à celles présentes lors de la vente au détail.

6. Si la marque du fabricant consiste en une « MI band » (bande d'identification du fabricant), celle-ci peut être apposée sur la tenue de jeu, à condition que la même « MI band » soit utilisée de manière systématique et qu'elle respecte les dispositions suivantes :

   (a) Maillot :

   La « MI band » peut être placée aussi bien sur le côté gauche que sur le côté droit du maillot, sous la forme d'une bande continue ne dépassant pas 8 cm de largeur et n'empiétant pas sur les surfaces publicitaires réservées à l'IHF, comme suit :

   (i) autour de l'extrémité des manches ; ou

   (ii) le long de la couture d'épaule ou le long de la couture latérale (extérieure) du maillot, à condition qu'elle ne soit pas entièrement visible lorsque le maillot (tel qu'il est porté) est observé de face ou de dos.

   (b) Shorts :

   Une « MI band » peut être placée sur chaque jambe du short, sous la forme d'une bande continue ne dépassant pas 8 cm de largeur, comme suit :

   (i) sur le bord inférieur du short ; ou

   (ii) le long de la couture latérale (extérieure), à condition qu'elle ne soit pas entièrement visible lorsque le short (tel qu'il est porté) est observé de face ou de dos.

Article 4

4. Dimensions des surfaces publicitaires sur les tenues de jeu (handball en salle)

1. La publicité est autorisée exclusivement sur les surfaces suivantes de la tenue de jeu, qui sont désignées par la présente comme surfaces publicitaires, étant entendu que les côtés extérieurs des manches sont réservés à l'IHF, conformément au point 2 du présent article. ~~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 10 cm de large et 5 cm de haut

4) partie extérieure des manches :
   dimension maximale de 10 cm de large et 15 cm de haut
5) côtés du maillot :
   dimension maximale de 10 cm de large et 20 cm de haut
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~~
   une surface publicitaire sur la jambe ne portant pas le logo du fabricant, dont la dimension maximale est de 18 cm de large et 12 cm de haut
7) l'arrière du short/pantalon du gardien de but :
   un maximum de deux surfaces publicitaires différentes (une par jambe) d'une dimension maximale de ~~25 cm~~ 18 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.~~

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

Les côtés extérieurs des manches (voir 4.1.4) sont exclusivement réservés à la publicité de l'IHF (sans participation financière des fédérations membres de l'IHF / des clubs) et ne doivent comporter aucun motif, aucune publicité ni aucun autre élément. 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 de l'IHF, le logo du Handball à l'école, etc.) dans ces emplacements ou d'exploiter commercialement ces surfaces publicitaires d'une autre manière (par exemple en accordant des droits à son ou ses partenaire/s marketing).

Tous les autres emplacements (tels que définis à l'article 4.1) 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 5

5. Dimensions des surfaces publicitaires sur les tenues de jeu (beach handball)

1. La publicité est autorisée exclusivement sur les surfaces suivantes de la tenue de jeu, qui sont désignées par la présente comme surfaces publicitaires. 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) côtés du maillot :

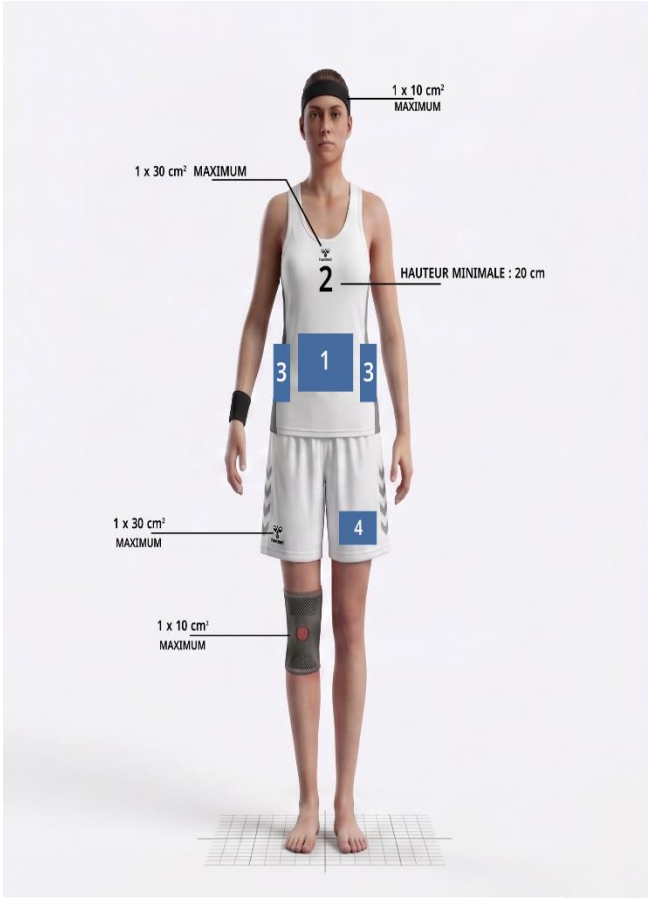
dimension maximale de 10 cm de large et 20 cm de haut

4) l'avant des shorts :

une surface publicitaire sur la jambe ne portant pas le logo du fabricant, dont la dimension maximale est de 18 cm de large et 12 cm de haut

5) l'arrière des shorts :

un maximum de deux surfaces publicitaires différentes sur une jambe d'une dimension maximale de 18 cm de large et 12 cm de haut





2. Toutes les surfaces (définies à l'article 5.1) sont réservées exclusivement à la publicité des fédérations membres / des clubs (sans participation financière de l'IHF).

Article 6

6. Dimensions des surfaces publicitaires sur les tenues de jeu (handball en fauteuil roulant)

1. La publicité est autorisée exclusivement sur les surfaces suivantes de la tenue de jeu, qui sont désignées par la présente comme surfaces publicitaires, étant entendu que les côtés extérieurs des manches sont réservés à l'IHF, conformément au point 2 du présent article. 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) partie supérieure de l'avant du maillot :
   une surface publicitaire de chaque côté du col, d'une dimension maximale de 10 cm de large et 5 cm de haut
3) partie extérieure des manches :
   dimension maximale de 10 cm de large et 15 cm de haut
4) côtés du maillot :
   dimension maximale de 10 cm de large et 20 cm de haut
5) l'avant des shorts :
   une surface publicitaire sur la jambe ne portant pas le logo du fabricant, dont la dimension maximale est de 18 cm de large et 12 cm de haut





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

Les côtés extérieurs des manches (voir article 6.1.3) sont exclusivement réservés à la publicité de l'IHF (sans participation financière des fédérations membres de l'IHF / des clubs) et ne doivent comporter aucun motif, aucune publicité ni aucun autre élément. L'IHF se réserve le droit d'apposer de la publicité (par ex., en plaçant le logo de la compétition, le logo de l'IHF, le logo du Handball à l'école, etc.) dans ces emplacements ou d'exploiter commercialement ces surfaces publicitaires

d'une autre manière (par exemple en accordant des droits à son ou ses partenaire/s marketing). Toutes les autres surfaces (définies à l'article 6.1) sont réservées exclusivement à la publicité des fédérations membres/des clubs (sans participation financière de l'IHF).

3. Aucune publicité n'est autorisée sur le fauteuil roulant.

Article 7

7. Espace au-dessus du nom du joueur

1. Aucune publicité n'est autorisée dans l'espace au-dessus du nom du joueur sur la tenue de jeu.
2. Les marques d'identification du fabricant (logo), les drapeaux nationaux, les logos des clubs ainsi que le marquage des fédérations nationales ou des clubs, n'excédant pas 30 cm², ne sont pas considérés comme de la publicité et peuvent être apposés dans cet espace.

Article 8

8. 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.~~

   Si une fédération membre de l'IHF ou un club conclut un accord avec un tiers en violation des droits publicitaires exclusifs de l'IHF (voir les articles 4.2 et 6.2), l'IHF décline toute responsabilité et ne s'impliquera pas dans les litiges qui pourraient en découler ; elle ne saurait être tenue responsable des pertes de revenus directes ou indirectes ni d'aucun autre préjudice résultant de l'application ou de l'exécution des articles susmentionnés ou de toute autre disposition du présent règlement.
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.~~

   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 des photos de tenues de jeu sur lesquelles la publicité est apposée. Ainsi, le non-respect du présent règlement peut être évité dès le départ.
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.~~

Article 9

9. Dispositions disciplinaires

1. Toute infraction aux dispositions du présent règlement lors des compétitions de l'IHF sera sanctionnée par le Siège de l'IHF conformément aux dispositions suivantes :
   - Dépassement du nombre autorisé de surfaces publicitaires sur les maillots des joueurs de champ/gardiens de but : **1 000 CHF par match**
   - Apposition de motifs, de publicités ou d'autres éléments sur les côtés extérieurs des manches (voir articles 4.2 et 6.2.) : **3 000 CHF par match**
   - Apposition de publicité sur des articles de tenue de sport ou d'équipement pour lesquels la publicité n'est pas expressément autorisée par le présent règlement, tels que les poignets anti-transpiration, les sous-vêtements et les équipements de protection, etc. : **1 000 CHF par match**
   - Bon nombre de surfaces publicitaires sur les maillots des joueurs de champ et des gardiens de but, mais position incorrecte : **500 CHF par match**
   - Dépassement du nombre autorisé de surfaces publicitaires sur les shorts des joueurs de champ/les pantalons des gardiens de but : **500 CHF par match**
   - Bon nombre de surfaces publicitaires sur les shorts des joueurs de champ et les pantalons des gardiens de but, mais position incorrecte : **500 CHF par match**
2. En cas de violation répétée lors d'une compétition ultérieure de l'IHF, le Comité Exécutif de l'IHF prendra une décision et pourra imposer des sanctions, y compris une amende pouvant aller jusqu'à 50 000 CHF.
3. Les décisions du Siège de l'IHF et du Comité Exécutif de l'IHF peuvent faire l'objet d'un appel devant la Commission d'arbitrage de l'IHF, conformément aux dispositions de l'Ordre juridique de l'IHF, moyennant le paiement des honoraires d'appel s'élevant à 5 000 CHF.

II. Publicité dans les salles de sport

Article 1

1. Publicité sur le terrain

En plus de la publicité sur les tenues de sport (voir chapitre I ~~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~~
- Panneau publicitaire LED placé le long de la ligne de touche, en face de la caméra de télévision principale, ainsi que derrière les buts ;
- Si aucun panneau publicitaire LED n'est disponible : des panneaux publicitaires statiques placés le long des lignes de touche du terrain de jeu, y compris les panneaux latéraux segmentés, ainsi que tout panneau d'angle s'étendant jusqu'aux zones derrière le but.
- Autocollants au sol et autres dispositifs publicitaires placés sur le terrain, y compris, entre autres :
    - autocollants et publicités sur le cercle médian de la surface de jeu (depuis le centre du terrain dans un rayon de 2 mètres) ;
    - autocollants et publicités sur la surface de jeu, au centre de chaque moitié du terrain (quatre zones, chacune mesurant 4 m x 1 m) ;
    - autocollants et publicités à l'intérieur de la surface de but (deux zones, chacune mesurant 4 m x 1 m) ;
    - autocollants et publicités à l'intérieur de la surface de but (deux zones chacune mesurant 3 m x 1 m) ;
    - publicité le long du bord 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.~~

