

RÈGLEMENT RELATIF À L'AIDE PUBLICITAIRE

Aide publicitaire en général

Article 1. Généralités

- 1.1. La fédération Suisse de Pétanque (FSP) autorise les clubs à conclure des conventions publicitaires avec des firmes, entreprises etc... pour les quelles le club fait de la publicité contre une prestation.
- 1.2. La publicité sur les équipements de jeu doit être préalablement autorisée par l'organe compétent de la FSP. La Commission technique.
- 1.3. Sous réserve des dispositions différentes de ce règlement, du règlement des concours organisés sous l'égide de la FSP, d'une convention télévision, les clubs sont libres pour toutes les autres formes de publicité sur les affiches, les programmes etc...
- 1.4. Le nom du club est défini par le règlement des concours organisés sous l'égide de la FSP.

Article 2. Restrictions

- 2.1. Les dispositions fédérales, cantonales et communales sur la restriction de la publicité ainsi que sur les dispositions de la télévision sont en tous cas réservés.
- 2.2. Par son approbation, la FSP ne participe pas à la convention publicitaire d'un club avec une firme.
Par conséquent, la FSP restera en dehors de tout différend (avec les autorités, des propriétaires de terrains, de salles, des médias, d'autres clubs ou les firmes concernées) qui pourrait surgir pour un club au sujet de sa convention publicitaire avec une firme.
- 2.3. Une équipe ne peut pas renoncer à une épreuve pour des raisons relatives à la publicité portée par son équipe ou celle d'une autre équipe.
- 2.4. Les dispositions des règlements internes et des championnats du monde de la FIPJP en matière de publicité sont prioritaires pour les équipes qui participent à une compétition mondiale.
- 2.5. La Société Suisse de Radiodiffusion peut imposer à une équipe d'évoluer avec la même publicité pour toutes les retransmissions télévision de la saison.

Article 3. Publicité sur les équipements de jeu. Nombre et changement.

- 3.1. Au maximum, deux publicités différentes sont autorisées par équipements de club (maillots, pantalons, jupes, chaussures, bandeaux, casquettes, survêtements).
- 3.2. Le changement de publicité au courant de la saison est autorisé.

Article 4. Approbation des formules publicitaires.

- 4.1. Les publicités sur les équipements sont à soumettre à la FSP 10 jours avant l'exploitation.
Le C.D. délivre dans les 10 jours une attestation de conformité. À défaut, un avis d'ouverture d'enquête si la publicité entre en contradiction avec le présent règlement.
- 4.2. Les décisions rendues par le C.D. restent valables dans le temps si la publicité n'est pas modifiée et cela pour n'importe quelle équipe de club sous réserve de l'article 2.1.
- 4.3. Le paiement de la taxe d'homologation autorise un club financièrement de conclure des conventions publicitaires pour l'équipe concernée.
- 4.4. La demande d'approbation d'homologation doit être envoyée par pli recommandé à l'instance d'approbation concernée.
- 4.5. La demande d'approbation d'homologation doit être accompagnée par une maquette format 1/1, à défaut, un dessin ou une photographie de la pièce d'équipement.

Article 5. Publicité.

- 5.1. Le devant ou le haut de la manche gauche du maillot ou du survêtement doit contenir le nom du club avec ou sans écusson. Sur le devant, la publicité ne doit pas être à la même hauteur et ne pas dépasser 400 cm².
- 5.2. Sur le dos des maillots ou survêtements, la publicité ne doit pas dépasser 40 cm. de long avec un maximum de 2 lignes, soit un total de 500 cm².

- 5.3. La hauteur des caractères de la publicité est limitée à 5 cm. sur toutes les pièces de l'équipement. En cas de "logo", seul le responsable d'homologation est à même d'accepter des dérogations.
- 5.4. Les insignes de marque des équipements ne comptent pas comme publicité pour autant que leurs dimensions ne dépassent pas 16 cm².
- 5.5. Dans les championnats cantonaux et les compétitions nationales régis par la FSP, les joueurs du même club, au sein d'une même formation, doivent avoir une tenue (maillot et écusson) du club de même couleur et avec le soutien publicitaire agréé FSP identique, s'il existe.
Aucun survêtement ne sera autorisé, sauf en cas de mauvais temps, sur autorisation du jury du jour.

Article 6. Nature de la publicité.

- 6.1. Toute publicité de caractère licencieux comme le tabac, l'alcool, les produits pharmaceutiques et les produits nocifs à la jeunesse sont proscrits.

Article 7. Sanctions.

- 7.1. Un club qui porte des équipements avec de la publicité proscrite ou non homologuée sera sanctionné.
- 7.2. La sanction est prononcée par rapport aux statuts FSP (Chapitre 5, article 54 et suivants).
- 7.3. Les dispositions du règlement de la commission de recours sont réservées.

Article 8. Émolument.

- 8.1. La taxe d'émolument est fixée par le comité central FSP.

Article 9. Recours.

- 9.1. Recours peut être interjeté au comité directeur FSP dans les 10 jours qui suivent la notification de la décision de l'instance d'approbation.

Le recours doit être dûment motivé et adressé au C.D. suivant les statuts FSP.

Article 10. Dispositions transitoires.

10.1. Les dispositions d'approbation rendues avant l'entrée en vigueur de ce règlement ne sont plus valables.

Article 11. Cas particulier.

Le comité Central décidera sur tous les cas particuliers qui ne sont pas décrits dans ce règlement.

FEDERATION SUISSE DE PETANQUE

Jacques FUCHS Michel COIGNY

Président FSP Secrétaire FSP

Règlement du 07.07.1986, modifié le 25.02 1989 à Epalinges