

DL 209

**DIRECTIVE SUR LE
SPONSORING ET L'AIDE
PUBLICITAIRE AUX CLUBS
PARTICIPANT À LA SWISS
BASKETBALL LEAGUE**



A. Dispositions générales

Le terme de " joueur " utilisé dans la présente directive désigne indistinctement un joueur ou une joueuse.

Art. 1.

Swiss Basketball autorise les clubs à conclure des conventions ou contrats publicitaires avec des firmes, des entreprises ou toute autre société de service, etc. pour lesquelles le club fait de la publicité contre une prestation.

Art. 2.

D'une manière générale, les clubs sont libres d'adopter toutes les formes de publicité sur les équipements vestimentaires et techniques, survêtements, affiches, programmes, etc., ceci sous réserve des restrictions ressortant des présentes directives ou de celles applicables dans le cadre des compétitions internationales.

Art. 3.

Au début de chaque saison, les clubs au bénéfice de contrats publicitaires sur les équipements des joueurs ont l'obligation de communiquer à Swiss Basketball, un dossier (photos, inventaires des partenaires) sur lesdits équipements (maillots, shorts, trainings, etc.). Si des nouveaux contrats sont conclus ou annulés en cours de saison, les clubs devront informer Swiss Basketball au fur et à mesure des modifications enregistrées.

Les clubs ne respectant pas le présent article assument les conséquences (modifications et coûts) de toute adaptation que pourrait exiger Swiss Basketball en cas de non-conformité notamment au sens de la présente directive.

Art. 4.

Le nom du club est défini par des directives séparées (sur la désignation des équipes participant aux championnats de la Swiss Basketball League - DL 208).

Art. 5.

Les dispositions fédérales, cantonales et communales sur la restriction de la publicité dans le sport ainsi que les dispositions de la SSR en matière de retransmissions télévisées demeurent réservées.

Art. 6.

Swiss Basketball ne participe aucunement à la convention ou au contrat publicitaire d'un club avec un sponsor.

Toutefois, dans le cadre de l'acquisition par Swiss Basketball de sponsors ou de partenaires commerciaux ou institutionnels, les clubs ont l'obligation de collaborer avec Swiss Basketball et de suivre les instructions de cette dernière en relation avec l'identification des sponsors/partenaires de la Swiss Basketball League sur les équipements des joueurs, dans l'enceinte même de la salle de jeu (présentation des joueurs, annonces sono, etc.) ou par toute autre action promotionnelle ou de communication (mention sur le site internet, annonce sur programme de match, Sampling, etc.). Le nom d'un sponsor principal pourra également identifier l'ensemble d'un ou des championnats.

Les clubs concernés doivent appliquer les exigences contenues dans le manuel de la Mobilière et d'autres le cas échéant, qui leur sont communiqués.

En cas de non-respect de la clause ci-dessus, le Comité exécutif se réserve le droit de sanctionner le club fautif. Les sanctions peuvent être les suivantes :

- Avertissement
- Amende de CHF 500.- à 2'000.-
- Retrait de points

La décision du Comité exécutif est sans appel.

De même, Swiss Basketball, dans le cadre de ses propres partenariats, pourra mettre en évidence un joueur MVP (Most Valuable Player) et/ou Top Scorer, en exigeant qu'il porte, par exemple, un maillot qui le différencie des autres joueurs.

Les questions liées à la concurrence entre les sponsors des clubs et ceux de la Swiss Basketball League feront l'objet de discussions entre les parties, restant entendu que les clubs disposent d'une priorité, notamment pour tous les sponsors importants qui seraient déjà acquis au moment des négociations avec Swiss Basketball.

Les clubs sont tenus d'informer leurs propres partenaires de la teneur du présent article et ne peuvent opposer à Swiss Basketball une clause d'exclusivité accordée à l'un de leurs propres partenaires.

Art. 7. Droits audiovisuels

En sa qualité d'organisateur des compétitions, Swiss Basketball détient et gère l'ensemble des droits d'images (TV, Streaming internet, vidéos, photos, etc) de ces dernières. Les clubs cèdent tous les droits audiovisuels sur les matchs de championnats SBL, de la SBL Cup et de la Swiss Cup à Swiss Basketball pour la conclusion de contrats d'exploitation exclusifs ou non exclusifs en Suisse et à l'étranger.

Ainsi et en outre, les clubs et tous tiers ne peuvent pas utiliser, diffuser, permettre l'utilisation et/ou la diffusion, vendre et/ou commercialiser de toutes autres manières des images des compétitions sans avoir obtenu l'accord préalable de Swiss Basketball.

Les clubs ne peuvent pas conclure de contrats avec des partenaires dans ce contexte, sans avoir préalablement obtenu l'accord de Swiss Basketball.

Les clubs ne peuvent conclure d'accord publicitaire avec un partenaire (sponsor) en relation avec la diffusion d'images sans obtenir l'aval de Swiss Basketball.

Les clubs ne peuvent revendiquer d'exclusivité sur les droits de production et de diffusion des images, notamment par rapport aux diffuseurs publics.

Les clubs ne peuvent en aucun cas utiliser des images de matches auxquels ils n'ont pas participé (soit images de rencontres entre deux autres clubs).

Dans le cadre du concept de couverture Streaming mis en place par Swiss Basketball, les clubs ont l'obligation de diffuser leurs images exclusivement au travers de la plateforme et du serveur de Swiss Basketball sauf accord contraire écrit de cette dernière (Comité exécutif)

Les revenus des sponsors (banner TV publicitaire, sponsorship d'émissions ou de retransmissions) démarchés par Swiss Basketball ou issus du concept de streaming lui restent acquis. Le Comité exécutif décide seul de l'opportunité de rétrocéder ou non tout ou partie des redevances ainsi acquises aux clubs.

Les clubs ne peuvent pas faire valoir de clause d'exclusivité à l'encontre de tels sponsors de la Swiss Basketball League.

Les clubs sont tenus d'informer leurs propres partenaires ainsi que tous tiers auxquels ils permettent l'accès au lieu de compétition placé sous leur responsabilité du contenu des restrictions qui précèdent, ils ne peuvent en outre pas opposer à Swiss Basketball une clause d'exclusivité qu'ils auraient accordée à l'un de leurs propres partenaires sans autorisation préalable.

Les clubs sont tenus d'assurer un accès permanent aux lieux requis à toutes personnes mandatées ou autorisées par Swiss Basketball dans le cadre de la diffusion audiovisuelle des compétitions et doivent assurer que cet accès puisse se faire de façon efficace.

Les clubs s'assurent que le droit à l'image de leurs joueurs, de leurs membres et des spectateurs fréquentant leur salle ne sont pas atteints par la diffusion et l'exploitation des images, sous toutes les formes ci-dessus décrites, des compétitions organisées par Swiss Basketball.

Art. 8.

Swiss Basketball restera en dehors de tout différend (avec les autorités, les propriétaires de salles, les médias, d'autres clubs, les firmes ou sociétés concernées) qui pourrait surgir au sujet des conventions publicitaires d'un club avec ses propres partenaires publicitaires.

Art. 9.

Une équipe ne pourra en aucun cas renoncer à une compétition pour des raisons relatives à la publicité portée par son équipe ou par celle d'une autre équipe.

B. Publicité sur les équipements de joueurs

Art. 10.

Plusieurs publicités différentes sont autorisées par équipement de jeu (maillots, shorts, chaussures, bandeaux, survêtements, etc.).

Art. 11.

Le changement de publicité en cours de saison est autorisé sous réserve des dispositions figurant à l'article 3 ci-dessus.

Art. 12.

La publicité ne doit pas être cause de trouble pour les joueurs, arbitres, officiels et spectateurs.

Art. 13.

Sous réserve du respect des règles de l'art. 24 ci-après ayant trait à la bonne visibilité, la dimension et à l'emplacement des numéros des joueurs ainsi que des règles de l'art. 5 ci-avant ayant trait à titre d'exemple, à l'équipement du joueur Top Scorer ou MVP, les dimensions de la publicité sur le dos ou le devant du maillot et/ou du short du joueur ne sont pas soumises à des restrictions particulières.

Art. 14.

Les équipements et autres vêtements des joueurs et des officiels visés à l'article 10 ci-dessus ne devront pas porter de la publicité à caractère équivoque, notamment pour des produits de la branche du tabac ou pour des boissons alcoolisées dépassant le taux de 15 degrés ainsi que pour tout autre produit réputé nocif notamment à l'égard de la jeunesse.

Art. 15.

La publicité pour des produits alcoolisés au-dessous du taux de 15 degrés (par exemple marques de bières ou de vins) est autorisée.

Art. 16.

La publicité pour des produits pharmaceutiques (agents thérapeutiques) est autorisée sous réserve du respect des restrictions édictées par l'Office inter cantonal de contrôle des médicaments à Berne. Les clubs souhaitant véhiculer de telles publicités devront recueillir l'accord préalable écrit du Comité exécutif.

Art. 17.

Des dérogations pourront être délivrées par le Comité exécutif, qui est, au surplus, pleinement habilité à interdire une publicité qu'elle jugerait inadaptée au contexte sportif et à l'image du Basketball ou pour toute autre raison dûment motivée.

Art. 18.

Dans ce cas, le Comité exécutif signifiera son interdiction au club concerné par lettre signature. Si le club ne respecte pas l'injonction, le montant de l'amende sera fixé par le Comité Exécutif. L'amende sera d'un minimum de CHF 1,000.- pour chaque match joué en violation de l'ordre du Comité exécutif.

Le Comité Exécutif pourra également saisir la chambre disciplinaire de Swiss Basketball qui aura la faculté de décider de sanctions complémentaires à l'égard du club concerné.

C. Publicité sur l'équipement technique et le terrain de jeu

Art. 19.

La publicité est interdite sur les panneaux et sur le capitonnage de ces derniers.

L'identification du fabricant (nom, symbole ou logo) est par contre autorisée sur :

- la structure métallique (une seule fois de chaque côté et 250 cm² au maximum)
- les protections latérales (une seule fois de chaque côté et 250 cm² au maximum)

Art. 20.

La publicité peut être autorisée, dans la mesure où, notamment la sécurité des acteurs n'est pas mise ainsi en péril, à l'intérieur des lignes délimitant le terrain de jeu (lignes de touche et lignes de fond).

Il est précisé que la publicité à l'intérieur des cercles des lancers francs ou/et du cercle central ne pourra être autorisée qu'à condition que :

- la publicité soit la même dans les trois cercles (avec un seul et même logo dans les 3 cercles)

ou que

- la publicité soit la même dans les cercles des lancers francs (celle du cercle central pouvant être différente) avec un seul et même nom ou logo dans les deux cercles et que la ligne médiane et celle des lancers francs soient clairement visibles.

Dans les salles où seuls les demi-cercles des lancers francs sont marqués, la publicité peut être apposée en utilisant la surface du demi-cercle « virtuel ».

Le Comité exécutif est compétent pour délivrer les autorisations qui précèdent, sur présentation du dossier par le club concerné.

Le club demandeur doit avoir obtenu l'accord de Swiss Basketball avant tout engagement contractuel et la mise en place de la publicité.

Art. 21.

La publicité est autorisée autour du terrain de jeu à une distance d'au moins 2 mètres des lignes délimitant le terrain de jeu. Le Comité exécutif est compétent pour accorder d'éventuelles dérogations.

La publicité au sol est tolérée dans la zone de dégagement des 2m à une distance d'au moins 0.5m des lignes délimitant le terrain de jeu pour autant que la sécurité des acteurs ne soit pas mise en péril.

Art. 22.

Tout panneau publicitaire situé à côté de la table officielle de marque doit obligatoirement se trouver à une distance d'au moins 2 mètres de celle-ci et ne faire qu'une rangée avec elle

La publicité est permise devant la table de marque, juxtaposée verticalement et placée à la même hauteur (réglementation FIBA réservée).

Art. 23.

L'installation d'écran(s) à des fins publicitaires ou de diffusion d'images dans les salles est autorisée moyennant le respect des conditions cumulatives suivantes :

- Les normes et usages en matière d'installation mécanique et électrique sont respectés.
- Les écrans ne présentent pas de risque d'éclats ou autres pour les acteurs et spectateurs en cas d'impact avec un objet quel qu'il soit et plus particulièrement un ballon.
- Les écrans sont placés de manière conforme aux règles de distances visées ci-avant et plus généralement de sorte à ne pas empêcher, entraver ou troubler le jeu et/ou la vue du jeu et/ou la vision et lecture des tableaux de marque de quelque manière que cela soit.
- Il n'est procédé à aucune diffusion animée (flash, film, spots, sons, etc) impliquant une variation ou un changement de l'image et/ou du logo affiché inférieure à une minute pendant que le ballon est vivant.
- Il n'est procédé à aucune diffusion ou rediffusion d'actions stoppées par une intervention de l'arbitre, soit la constatation d'une faute de jeu.

D. Numéros des joueurs sur les maillots

Art. 24.

Les maillots des joueurs doivent être numérotés conformément à l'art. 16 de la DL 210. Ils porteront ce numéro devant et dans le dos du maillot. Les chiffres doivent être pleins, de couleur unie, contrastant avec celle du maillot. Les numéros doivent être clairement visibles et :

- ceux qui sont dans le dos doivent avoir une hauteur d'au moins 20cm
- ceux qui sont sur le devant doivent avoir une hauteur d'au moins 10cm
- les chiffres ne doivent pas avoir moins de 2cm de largeur

Dans le cas particulier du Top Scorer « La Mobilière », le maillot de ce dernier ne portera pas de numéro visible, le numéro 0 lui étant attribué de fait.

E. Dispositions finales

Art. 25. Divergence des textes

En cas de divergence entre les différentes versions linguistiques de cette directive, le texte français fait foi.

Art. 26. Entrée en vigueur

La présente directive a été adoptée par la Chambre des clubs d'élite le 3 octobre 2016.