

GUIDE MARKETING

Recueil des règlements marketing des compétitions concernant
les clubs de football professionnel de L1 et L2



UNION DES CLUBS PROFESSIONNELS DE FOOTBALL

UCPF

SOMMAIRE

1. PRINCIPE GÉNÉRAL **p 5**

2. ÉQUIPEMENTS SPORTIFS **p 6**

2.1. Championnats de France professionnel de Ligue 1 et Ligue 2 et Trophée des Champions (art 316 des Règlements de la LFP) p6

2.2. Coupe de la Ligue (art 514 et suivants des Règlements de la LFP) p6

2.3. Coupe de France (art 4 bis, 12 et 13 du Règlement de la Coupe de France) p6

3. PUBLICITÉ DANS L'ENCEINTE DU STADE **p 7**

3.1. Championnats de France professionnel de Ligue 1 et Ligue 2 et Trophée des Champions (art 4 de la convention FFF/LFP) p7

3.2. Coupe de la Ligue (art 514 et suivants des Règlements de la LFP) p7

3.3. Coupe de France p7

3.4. Panneaux publicitaires (art 21 du règlement des terrains et des installations sportives de la FFF) p7

4. EQUIPEMENTS SPORTIFS DANS LE CADRE DU CHAMPIONNAT DE FRANCE **p 8**

4.1. Les jeux de couleurs des équipements (art 316 des Règlements de la LFP) p8

4.2. Approbation des équipements p9

4.3. Procédures des désignations p10

4.4. Marquages officiels (art 316 des Règlements de la LFP) p11

4.5. Numéro (art 316 des Règlements de la LFP) p11

4.6. Noms (art 316 des Règlements de la LFP) p12

4.7. Publicités (art 316 des Règlements de la LFP) p13

4.8. Sanctions (art 316 des Règlements de la LFP)	p14
4.9. Ballons du championnat (art 317 des Règlements de la LFP)	p14
5. COUPE DE LA LIGUE	p 15
5.1. Échauffements (art 514 des Règlements de la LFP)	p15
5.2. Ballon (art 515 des Règlements de la LFP)	p15
5.3. Les équipements de match (art 514 des Règlements de la LFP)	p15
5.4. La finale (art 514 des Règlements de la LFP)	p16
5.5. Publicité dans l'enceinte du Stade (art 516, 517 et 518 des Règlements de la LFP)	p16
6. COUPE DE FRANCE	p 19
6.1. Port des équipements (art 4-bis du Règlement de la Coupe de France)	p19
6.2. Couleurs des équipes (art 12 du Règlement de la Coupe de France)	p19
6.3. Ballons (art 13 du Règlement de la Coupe de France)	p20
7. ACTIONS PUBLICITAIRES	p 21
7.1. Actions publicitaires ou promotionnelles (art 280 a de la Charte du football professionnel)	p21
7.2. Exploitation de l'image du joueur par son club (art 280 b de la Charte du football professionnel)	p21
7.3. Exploitation par le joueur de son image individuelle (art 280 c de la Charte du Football professionnel)	p22
7.4. Exploitation par l'UNFP de l'image des joueurs (art 280 d de la Charte du football professionnel)	p22
7.5. Exploitation centralisée par la LFP (art 280 e de la Charte du football professionnel)	p22
8. CLÉ DE RÉPARTITION DES PRODUITS DÉRIVÉS DE LA LFP	p 23

OBJET DU GUIDE MARKETING

Le présent **Guide Marketing** a pour objet de regrouper les textes en vigueur en matière de marketing hors commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle qui fait l'objet d'une réglementation spécifique appelée Règlement Audiovisuel.

Sont ainsi regroupés dans le présent document les dispositions issues des textes suivants :

- > La Convention entre la Ligue de Football Professionnel (« LFP ») et la Fédération Française de Football (« FFF ») ;
- > Les Règlements de la LFP (articles 316, 317, 514 et suivants) ;
- > Le Règlement de la Coupe de France (articles 4 bis, 12 et 13) ;
- > La Charte du football professionnel (article 280) ;
- > Les décisions du Conseil d'administration de la Ligue de Football Professionnel (décision non codifiée dans les textes).

Les dispositions prévues dans ce guide sont susceptibles d'évolutions en cours de saison.

1. PRINCIPE GÉNÉRAL

Article 4 de la Convention entre la FFF et la LFP

« la publicité sur les équipements sportifs et sur les stades est autorisée dans les limites fixées par la législation et la réglementation en vigueur et dans le strict respect des impératifs liés aux conditions de jeu, au bon déroulement des rencontres et à leur environnement. La L.F.P. est compétente pour réglementer dans son secteur d'activités, sous le contrôle du Conseil Fédéral, la publicité sur les équipements sportifs et dans les stades. »

2. ÉQUIPEMENTS SPORTIFS

Principe :

L'utilisation des équipements sportifs par les clubs doit s'effectuer en conformité avec le Règlement des compétitions de la LFP, les Règlements généraux de la FFF et les dispositions de l'IFAB concernant les lois du jeu.

2.1. Championnats de France professionnel de Ligue 1 et Ligue 2 et Trophée des Champions (art 316 des Règlements de la LFP)

Les équipements réglementés concernent :

- > Les maillots, shorts, et/ou pantalons (gardiens), bas et collants (article 316 des Règlements de la LFP)

2.2. Coupe de la Ligue (art 514 et suivants des Règlements de la LFP)

Les équipements réglementés concernent :

- > Les maillots, shorts, et/ou pantalons (gardiens), bas et collants ainsi que les chasubles utilisées durant l'échauffement et fournies par la LFP (article 316 et 514 des Règlements de la LFP)
- > Les ballons (article 515 des Règlements de la LFP)

2.3. Coupe de France (art 4 bis, 12 et 13 du Règlement de la Coupe de France)

Sont concernés :

- > Les maillots et éventuellement les survêtements et les culottes fournis par la fédération (articles 4 bis et 12 du Règlement de la Coupe de France)
- > Les ballons (article 13 du Règlement de la Coupe de France)

3. PUBLICITÉ DANS L'ENCEINTE DU STADE

3.1. Championnats de France professionnel de Ligue 1 et Ligue 2 et Trophée des Champions (art 4 de la convention FFF/LFP)

La LFP est compétente pour réglementer dans son secteur d'activités, sous le contrôle du Conseil Fédéral, la publicité sur les équipements sportifs et dans les stades (article 4 de la Convention LFP/FFF).

3.2. Coupe de la Ligue (art 514 et suivants des Règlements de la LFP)

La LFP est compétente pour réglementer, dans le cadre de la Coupe de la Ligue, la publicité sur les équipements sportifs et dans les stades.

3.3. Coupe de France

Réservé.

3.4 Panneaux publicitaires (art 21 du règlement des terrains et des installations sportives de la FFF)

Lorsque les distances de dégagement sont suffisantes, des panneaux publicitaires peuvent être installés, dans les zones libres, en périphérie de l'aire de jeu.

Les normes à respecter sont alors les suivantes :

- > hauteur maximale : 90 cm au-dessus du niveau du sol.
- > distance minimale des lignes de touche : 5 m.
- > distance minimale des lignes de but : 3,5 m et 6 m des montants de but.

4. ÉQUIPEMENTS SPORTIFS DANS LE CADRE DU CHAMPIONNAT DE FRANCE

Principe :

L'utilisation des équipements sportifs par les clubs doit s'effectuer en conformité avec les Règlements de la LFP, les Règlements généraux de la FFF et les dispositions de l'IFAB concernant les lois du jeu.

La présente réglementation (article 316 des Règlements de la LFP) porte sur les équipements vestimentaires des joueurs de champ et gardiens de but, utilisés sur le terrain de jeu.

Les équipements réglementés concernent **les maillots, shorts, et/ou pantalons (gardiens), bas et collants**.

Les clubs sont tenus de respecter ces dispositions en matière d'équipement lors des rencontres du championnat de France de Ligue 1, Ligue 2 et Trophée des Champions.

Ces dispositions s'appliquent sur les rencontres de la Coupe de la Ligue, étant entendu que les marquages publicitaires sont du ressort de la LFP.

L'utilisation de tout équipement non autorisé par le présent règlement est strictement interdite.

En ce qui concerne le choix des couleurs, l'équipement porté sur le terrain de jeu est soumis à l'autorité de l'arbitre, le jour du match, conformément aux Lois de l'IFAB (International Association Board).

Le capitaine de chaque équipe doit porter au bras gauche un brassard apparent d'une largeur n'excédant pas 4 centimètres. Ce brassard ne doit comporter aucune publicité.

4.1. Les jeux de couleurs des équipements (art 316 des Règlements de la LFP)

Un jeu comprend un maillot, un short et/ou un pantalon et des bas.

Le jeu n°1 est utilisé uniquement pour les matches à domicile.

Les jeux n°2, 3 et 4 ne sont pas utilisés que pour les matches à l'extérieur. Ainsi le jeu n°2 est prioritairement utilisé pour les équipes qui se déplacent.

Quant aux couleurs du jeu n°3, utilisé en deuxième choix pour les matches à l'extérieur, elles doivent être non seulement différentes de celles du jeu n°2 mais contrastées.

Le jeu n°4 est un troisième choix pour les matches à l'extérieur.

Toutefois si les combinaisons évoquées ci-dessus ne sont pas possibles ou à la demande du club, le jeu n°1 peut-être utilisé aussi bien à domicile qu'à l'extérieur, si le contraste avec le jeu d'équipement de l'adversaire le permet.

Pour les joueurs de champ, la couleur principale (dominante) doit couvrir la même surface sur le devant que sur le dos du vêtement en question.

Conformément aux Lois de l'IFAB, les couleurs portées par le gardien (maillot, short ou pantalon, bas) doivent se distinguer nettement de celles portées par les joueurs de champ.

Si l'arbitre estime le jour du match, que les couleurs des deux équipes pourraient prêter à confusion l'équipe visiteuse doit modifier ses couleurs.

Pour parer à toute éventualité, et notamment à la demande de l'arbitre, le club recevant doit avoir à disposition, avant chaque match, un jeu d'équipement complet (maillot, short, et bas) numéroté de 1 à 16, sans publicité, d'une couleur différente de la sienne qu'il prêtera aux joueurs de l'équipe visiteuse charge à cette dernière de le restituer dans les meilleurs délais.

Les collants portés par les joueurs de champ sous le short sont autorisés. Leur couleur ne doit pas prêter à confusion vis-à-vis des couleurs portées par les joueurs adverses.

Les tenues à manches longues portées sous un maillot à manche courte sont interdites.

4.2. Approbation des équipements

La Commission d'Organisation des Compétitions (COC) est responsable de l'approbation des équipements et de la désignation des équipements par match.

Pour le 15 juillet de chaque saison, chaque club de Ligue 1 et Ligue 2 doit soumettre un assortiment complet de ses jeux d'équipements à l'approbation de la LFP. Pour cela, ils devront lui faire parvenir :

- > A l'attention de la COC un équipement complet (maillot, short et bas) pour l'ensemble des jeux de couleurs, comportant les marquages officiels et les publicités ;
- > A l'attention du service marketing LFP, un visuel couleur par courrier ou voie électronique.

L'approbation de la COC, notamment quant au respect de la réglementation en matière de publicités, sera notifiée à chaque club et valable pour la saison.

Si les manches longues des maillots des joueurs de champ sont d'une couleur différente de la couleur dominante de celui-ci, ils devront être fournis à la COC pour approbation et prise de vue.

Des modifications de couleurs des jeux pourront être apportées en cours de saison. L'assortiment complet du nouveau jeu devra être impérativement adressé à la COC dans un délai de 10 jours avant sa première utilisation.

Des modifications de publicités pourront être apportées en cours de saison. Tous les éléments nécessaires à leur validation (taille et emplacement) devront impérativement être adressés à la COC dans un délai de 10 jours avant leur première utilisation.

4.3. Procédures des désignations

La COC est responsable de la désignation des équipements de match.

La totalité des jeux d'équipement des clubs fera l'objet d'une prise de vue et sera regroupée dans une base de documentation informatique disponible sur Isyfoot pour l'ensemble des clubs de Ligue 1 et Ligue 2, la Direction Nationale de l'Arbitrage (DNA) et les délégués.

Pour chaque match, chaque club devra procéder à la désignation des équipements de ses joueurs de champ et de ses gardiens dans la base Isyfoot. Chaque désignation sera soumise à la validation de la DNA.

La notification de cette validation devra intervenir au plus tard 3 jours avant le jour du match. Les clubs devront se conformer à ces directives.

Le délégué de chaque rencontre sera informé de cette validation et s'assurera du respect de celle-ci.

Cette procédure de validation des désignations ne se substitue pas aux dispositions

du paragraphe 1. Le jour du match, les jeux d'équipements de tous les joueurs de deux clubs en présence doivent être présentés à l'arbitre pour approbation.

En l'absence de validation de désignation dans les délais, les dispositions du paragraphe 1 s'appliquent.

4.4. Marquages officiels (art 316 des Règlements de la LFP)

Les marquages officiels sont :

- > Le badge LFP et le badge « Champion » pour le champion de France de Ligue 1 ;
- > Les numéros figurant sur le maillot et le short ;
- > Le nom des joueurs.

Les marquages officiels assurent l'identification et l'image des compétitions organisées par la LFP. Ils doivent être scrupuleusement respectés par les clubs de Ligue 1 et Ligue 2.

Le badge LFP ou « Champion » doit obligatoirement figurer sur la manche droite des maillots des joueurs.

Celui-ci doit être apposé sur la face extérieure de la manche, à mi distance entre l'épaule et le coude. En aucun cas les identifications de l'équipementier (logo, emblème, sigle, nom) ne devront entraîner une modification du positionnement du badge officiel.

Pour des raisons de propriété industrielle et de droits d'exploitation, le badge LFP et le badge « Champion » sont exclusivement disponibles auprès de la société M Sport France à l'adresse suivante :

- > 27, rue de la Villette 69003 Lyon tél : 04 26 84 53 66

La typographie des numéros et des noms des joueurs à utiliser est dénommée « Quay Black ».

Le numéro et le nom du joueur doivent être bordurés et bicolores (le choix de la couleur du centre du numéro et de celle de la bordure appartient à chaque club).

Le logo LFP figure obligatoirement en bas et au centre de chaque numéro du maillot. Il doit être de la couleur de la bordure du numéro.

4.5. Numéro (art 316 des Règlements de la LFP)

Un numéro doit figurer sur le dos du maillot. Ce numéro, centré et lisible doit mesurer 20 cm ou 25 cm de hauteur.

Un numéro doit également figurer sur le devant droit du short. Ce numéro doit mesurer 10 cm de hauteur et 4 cm de largeur. Ce numéro doit obligatoirement être de la même couleur que celui figurant au dos du maillot.

Les joueurs susceptibles de jouer en équipe première se voient attribuer un numéro à l'année.

Chaque club de Ligue 1 et de Ligue 2 devra établir la liste d'affectation des numéros. Cette liste des joueurs devra être adressée à la Commission le lendemain de la première journée de championnat.

Elle ne pourra excéder 30 noms, le numéro 30 est donc le dernier de la liste qui pourra être complétée et mise à jour à chaque mouvement dans le club.

Si un club justifie employer plus de 30 joueurs sous contrat professionnel, la Commission pourra accorder une dérogation à l'alinéa précédent.

Les numérotations fantaisistes sont interdites (exemple : 45 – 82).

Les numéros 1, 16 et 30 seront exclusivement et obligatoirement réservés aux gardiens de but. En dernier ressort, le numéro 40 pourra être attribué.

Toutes les équipes devront disposer d'un maillot numéroté 33, non attribué à un joueur et réservé aux remplacements de dernière heure.

Un annuaire sera établi en début de saison et mis à disposition des arbitres et délégués par la Ligue de Football Professionnel.

4.6. Noms (art 316 des Règlements de la LFP)

Le nom du joueur est obligatoire.

Le nom du joueur doit figurer en arrondi, au dos du maillot, au dessus du numéro.

Le nom du joueur doit correspondre au nom figurant sur la liste des joueurs.

Les surnoms et les initiales sont interdits. Seuls les noms sous lesquels ils sont reconnus par leur fédération seront validés par la COC sur la base de documents officiels.

La hauteur minimale des lettres est de 7 cm.

4.7. Publicités (art 316 des Règlements de la LFP)

4.7.1. Restrictions

Toute publicité en faveur du tabac et de l'alcool, ainsi que tout slogan à caractère racial, politique, religieux ou contraires aux bonnes mœurs sont interdites.

Les publicités ne doivent pas, d'une manière générale, avoir d'effets gênants pour les joueurs, arbitres et spectateurs.

Les joueurs d'une même équipe (y compris le gardien de but) doivent, au cours d'une même rencontre porter simultanément les même publicités.

Ne sont pas considérés comme de la publicité :

- > Des identifications du club (logo, emblème, sigle, nom)
- > Des identifications de l'équipementier (logo, emblème, sigle, nom)
- > Le badge LFP

Aucune publicité ne doit figurer sur les emplacements suivants :

- > Col et manche droite du maillot
- > Devant droit et dos du short
- > Tout emplacement des collants, des bas et des gants de gardien

4.7.2. Emplacement des publicités

Un jeu d'équipement ne peut comporter au total qu'un maximum de six (6) publicités différentes.

Sur le devant du maillot, trois (3) publicités différentes sont autorisées. La surface maximale totale allouée aux publicités est de 950 cm². La surface maximale allouée à une publicité est de 600 cm².

Au dos du maillot, une seule publicité est autorisée, pour une surface de maximale de 350 cm².

Sur la manche gauche du maillot, une seule publicité est autorisée, pour une surface maximale de 60 cm².

Sur le short gauche, une seule publicité est autorisée, pour une surface maximale de 60 cm².

4.7.3. Autres acteurs

Pour les matches comptant pour le championnat de Ligue 1 et Ligue 2, la publicité est autorisée sur l'équipement porté par les joueurs remplaçants, les officiels de la surface technique, les accompagnateurs de joueurs et les porteurs de drapeau.

Pour les matches comptant pour le championnat de Ligue 1 et Ligue 2, une seule publicité est autorisée sur l'équipement porté par les ramasseurs de balles.

La couleur des équipements portés par les ramasseurs de balle doit être différente des couleurs portées par les deux équipes en présence

Pour les matches de la Coupe de la Ligue, les dispositions en la matière font l'objet d'une réglementation spécifique.

4.8. Sanctions (art 316 des Règlements de la LFP)

La LFP est chargée pour chacune des compétitions la concernant du contrôle des dispositions ainsi que de l'application des sanctions prévues en cas de non respect de ces dispositions.

Toute infraction au présent règlement entraînera automatiquement, et cela jusqu'à régularisation, l'interdiction du port des équipements en cause.

Cette interdiction sera assortie d'une amende fixée, selon le degré de gravité de l'infraction initiale, de 1500 euros à 15000 euros pour les compétitions de la LFP.

En cas de non respect de l'interdiction (récidive) du port des équipements qui aura été notifiée, une amende d'un montant identique à celle infligée en raison de l'infraction initiale, sera applicable, pour chacun des matches où l'infraction sera renouvelée.

L'application de mesures administratives ainsi que les cas non prévus sont du ressort de la COC.

4.9. Ballons du championnat (art 317 des Règlements de la LFP)

Les ballons sont fournis par le club visité ; ils doivent avoir le poids et la circonférence réglementaires. Les clubs doivent de plus, en cas de besoin, tenir à la disposition de l'arbitre des ballons de couleurs différentes présentant une meilleure visibilité.

La violation de la disposition ci-dessus est passible d'une amende.

5. COUPE DE LA LIGUE

(articles 514 et suivants des Règlements de la LFP)

5.1. Échauffements (art 514 des Règlements de la LFP)

Durant les échauffements d'avant - match et des matches (pour les joueurs remplaçants), tous les joueurs sont tenus de revêtir les chasubles fournies par la Ligue de Football Professionnel.

A l'issue de la rencontre, chaque club doit remettre au délégué principal son quota de chasubles (18 par club) afin qu'elles soient comptabilisées. Toute absence sera notifiée sur la feuille de match.

A l'issue de cette vérification, la totalité des chasubles sera rendue à un responsable du club visité.

5.2. Ballon (art 515 des Règlements de la LFP)

Toutes les équipes sont tenues de disputer les échauffements et les matches avec les ballons fournis par la Ligue de Football Professionnel.

Ces ballons sont livrés à chaque club visité, à chaque tour, par le fournisseur mandaté par la L.F.P.

5.3. Les équipements de match (art 514 des Règlements de la LFP)

Les clubs participant à la Coupe de la Ligue sont tenus de fournir, à chaque tour, les équipements portés par leurs joueurs de champ et gardiens de but (maillots et shorts) vierges de toute publicité, à l'exception de la marque de l'équipementier, de la marque du club, du nom du joueur et de son numéro à l'année. Les quantités fournies sont déterminées par chaque club. Les couleurs portées par les équipes sont définies par la L.F.P., après chaque tirage au sort, et conformément au règlement appliqué en Championnats de Football Professionnel.

La désignation des couleurs et la répartition des publicités, par équipe, est transmise par la L.F.P. aux clubs. La pose des publicités, y compris le badge de la L.F.P., est sous la responsabilité de la L.F.P. qui a confié cette mission à une unique société.

Les équipements fournis par les clubs devront être envoyés dans les six (6) jours ouvrés qui suivent la notification de leurs couleurs. Dans le cas où un club livrerait ses équipements dans un délai qui ne permettrait plus d'en assurer le flocage, la L.F.P. fera parvenir à ce club un jeu d'équipements standard qu'il sera tenu de porter.

5.4. La finale (art 514 des Règlements de la LFP)

Les clubs finalistes sont tenus de fournir à la LFP une tenue de présentation des joueurs.

A l'issue du match et jusqu'au retour des vestiaires, soit à l'issue de la cérémonie des récompenses, les joueurs des deux équipes sont tenus de ne pas échanger leurs maillots.

A compter du coup de sifflet final, aucune tenue vestimentaire autre que celle de la tenue de match et/ou de présentation des joueurs ne sera autorisée et ceci jusqu'au départ des joueurs de l'enceinte du stade.

5.5. Publicité dans l'enceinte du Stade (art 516, 517 et 518 des Règlements de la LFP)

En préambule, la Ligue de Football Professionnel précise que les marques, emblème(s) et logo du club ne sont pas considérés comme de la publicité.

5.5.1. Animations

Les animations et les messages sonores à caractère commercial sont exclusivement réservés aux partenaires de la compétition. Seuls les animations et messages sonores à caractère protocolaire ou institutionnel des clubs sont autorisés, après l'approbation de la Commission d'Organisation des Compétitions.

5.5.2. Affichage sur écrans "textos"

Aucun message à caractère publicitaire n'est autorisé sur ces écrans d'affichage.

5.5.3. Exploitation des écrans vidéos géants

Les clubs disposant de telles installations devront avoir obtenu l'agrément de la Commission d'Organisation des Compétitions sauf si cet agrément a déjà été délivré pour le championnat.

5.5.4. Distribution dans l'enceinte des stades

La distribution d'un produit à caractère publicitaire et/ou promotionnel, dans l'enceinte et aux abords du stade, est exclusivement réservée aux partenaires de la compétition.

La Ligue de Football Professionnel se réserve le droit exclusif de distribuer le programme officiel des matches, dans le respect des contraintes de sécurité des clubs. Dans le cas où la L.F.P. ne s'octroie pas ce droit, le club pourra distribuer son programme du match, sous réserve de l'approbation de la Commission d'Organisation des Compétitions.

Dans le cas où la distribution de ce programme serait confiée au club visité, celui-ci sera en charge de définir le dispositif adéquat afin d'en assurer la gestion gracieusement.

5.5.5. Aire de jeu et pourtour

Le club visité est tenu de livrer son terrain vierge de toute publicité.

Le club visité fera le nécessaire pour retirer les publicités installées autour du terrain et mettre une personne à disposition pour aider la société mandatée par la L.F.P. à poser et déposer la publicité des partenaires de la compétition.

5.5.6. Les frontons des tribunes

Les frontons des tribunes lors des matches non télévisés

Toute présence publicitaire concurrente aux partenaires de la compétition n'est pas autorisée sur ces emplacements.

Les frontons des tribunes lors des matches télévisés en direct

La L.F.P. a la charge d'occulter les publicités installées à ces emplacements. La L.F.P. et les clubs concernés définiront conjointement les dispositions techniques et humaines les plus efficaces pour faciliter cette mission.

5.5.7. Les autres équipements du stade

Toute publicité est interdite sur et dans ces équipements. Seule est autorisée la présence publicitaire des partenaires de la compétition. On entend par "autres équipements", les bancs de touche, les vestiaires, les couloirs des vestiaires et d'accès à la pelouse, et la salle d'interview (ou "zone mixte").

Les infractions au présent article seront consignées sur la feuille d'arbitrage. Elles seront étudiées par la Commission d'Organisation des Compétitions.

5.5.8. Buvettes

Les clubs faciliteront l'accès, aux partenaires de la compétition, au référencement de leur(s) produit(s) dans les buvettes situées dans l'enceinte du stade, dans le respect de leur politique commerciale et de leurs engagements avec un tiers.

5.5.9. Autres animations

Les clubs devront se conformer aux opérations de promotion organisée par la L.F.P., lors des matches, dont les modalités seront définies par la Commission d'Organisation des Compétitions.

6. COUPE DE FRANCE

6.1. Port des équipements (art 4-bis du Règlement de la Coupe de France)

Sous réserve des dispositions de l'art. 6.2 du présent guide [article 12, alinéa 1 du Règlement de la Coupe de France], le port des équipements comportant une inscription publicitaire est réglementé comme suit :

À partir du tour à compter duquel la Fédération a contracté avec une firme industrielle ou commerciale, les clubs sont tenus de faire porter à leurs joueurs les maillots – et éventuellement les survêtements et les culottes - fournis par la Fédération.

Toute infraction aux prescriptions qui précèdent pourra, à la diligence de la Commission Centrale, être sanctionnée par une amende et par une exclusion de l'épreuve pour la saison suivante.

6.2. Couleurs des équipes (art 12 du Règlement de la Coupe de France)

6.2.1. Sous réserve des dispositions de l'article 6.1 [article 4 bis du Règlement de la Coupe de France], les équipes doivent être uniformément vêtues aux couleurs de leur société.

Les gardiens de but doivent porter un maillot d'une couleur les distinguant nettement des autres joueurs et de l'arbitre. Pour parer à toute éventualité et notamment à la demande de l'arbitre ou du délégué, les gardiens de but doivent avoir à leur disposition deux maillots de couleurs différentes. Ces couleurs doivent être également différentes de celles des maillots portés par leurs coéquipiers et adversaires.

6.2.2. Si les couleurs des équipements des deux adversaires risquent de créer une confusion soit sur le terrain, soit pour la retransmission télévisée de la

rencontre, le club visiteur ou, en cas de match sur terrain neutre, le club le plus récemment affilié devra changer d'équipement.

6.3.3. Les maillots doivent être numérotés dès les tours éliminatoires. Les joueurs des équipes en présence doivent porter sur le dos de leur maillot un numéro très apparent d'une hauteur minimum de 20 cm, maximum de 25 cm et d'une largeur minimum de 3 cm maximum de 5 cm. En outre, le capitaine de chaque équipe doit porter un brassard d'une largeur n'excédant pas quatre centimètres et d'une couleur opposée au maillot.

6.3. Ballons (art 13 du Règlement de la Coupe de France)

6.3.1. Durant l'épreuve éliminatoire, les ballons sont fournis, sous peine de la perte du match, par le club visité.

6.3.2. Sur un terrain neutre, les clubs doivent fournir chacun un ballon neuf et réglementaire sous peine d'une amende de 35 euros. L'organisateur doit pareillement présenter un ballon sous peine de la même amende. L'arbitre désigne celui avec lequel le jeu doit être commencé.

6.3.3. En prévision de l'utilisation éventuelle de la lumière artificielle (nocturnes) ou comme prévu à l'article 15 paragraphe 3 du Règlement de la Coupe de France, un ballon blanc doit obligatoirement être fourni par le club visité, par le club organisateur ou la ligue organisatrice.

6.3.4. À compter des 1/32^e de finale, la Fédération fournit les ballons.

7. ACTIONS PUBLICITAIRES

7.1. Actions publicitaires ou promotionnelles (article 280 a de la Charte du football professionnel)

Les actions publicitaires ou promotionnelles nationales effectuées à l'occasion d'une manifestation, d'une compétition, d'une rencontre, ou d'un concours organisé par la FFF, la LFP ou plusieurs clubs autorisés à utiliser des joueurs professionnels devront être cosignées par les représentants des organismes signataires de la Charte du football professionnel pour autant que leurs membres ou leurs marques soient utilisés dans ces actions. Les modalités d'application du présent alinéa devront faire l'objet de conventions particulières avec chacun de ces organismes et définiront les répartitions financières qui découlent de ces actions.

7.2. Exploitation de l'image du joueur par son club (art 280 b de la Charte du football professionnel)

Par la signature de son contrat de travail et par voie d'avenant spécifique, le joueur donne à son club l'autorisation d'utiliser à son profit son image et/ou son nom reproduits d'une manière collective et individuelle sous réserve que 5 joueurs au moins de l'effectif soient exploités d'une manière rigoureusement identique. En deçà de cette limite, l'utilisation individuelle de chaque joueur devra avoir obtenu un accord spécifique pour chaque opération.

Ces actions peuvent concerner notamment l'utilisation des équipements sportifs (chaussures, bas, shorts, maillots de football de compétition et d'entraînement, gants et casquettes de gardien, survêtements de sport et de pluie, sacs de sport) et la promotion des partenaires du club.

À compter du 1er juillet 1998, les joueurs peuvent utiliser librement chaussures et gants de gardien de la marque de leur choix. À titre transitoire, les dispositions ci-dessus ne s'appliqueront qu'au terme des contrats en cours signés par les clubs avec des équipementiers et communiqués à la LFP avant le 30 juin 1997.

7.3. Exploitation par le joueur de son image individuelle (art 280 c de la Charte du Football professionnel)

Le joueur peut faire réaliser à son profit des actions publicitaires sur son image et/ou son nom, sans les équipements et marques du club, mais avec la possibilité de la mention du nom de son club. Ces actions ne doivent pas entrer directement ou indirectement en concurrence avec les inscriptions publicitaires figurant sur les équipements officiels du championnat, des Coupes d'Europe.

Elles doivent être communiquées au club pour information.

7.4. Exploitation par l'UNFP de l'image des joueurs (art 280 d de la Charte du football professionnel)

L'édition, la reproduction ou l'utilisation de l'image individuelle et collective de joueurs professionnels évoluant en France et regroupant simultanément plusieurs joueurs de plusieurs clubs, ne pourront être réalisées qu'avec l'accord et au profit de l'UNFP. Ces réalisations pourront faire état de symboles et marques des clubs (nom, écusson, etc.) dont les joueurs sont issus.

7.5. Exploitation centralisée par la LFP (art 280 e de la Charte du football professionnel)

L'exploitation collective des différents droits ci-dessus pourra être confiée en partie ou en totalité à la LFP pour une exploitation centralisée. A cet effet, des conventions pourront être établies avec les organismes représentatifs des différentes familles du football, signataires de la Charte du football professionnel, agissant pour le compte de leurs mandants.

Ces conventions de durée limitée reconductible fixeront les modalités d'exploitation et de répartition des produits financiers aux divers ayants droits.

8. CLÉ DE RÉPARTITION DES PRODUITS DÉRIVÉS DE LA LFP

Les revenus de licence LFP sont répartis selon la clé suivante¹ :

- > 8 % du minimum garanti à la LFP pour le développement de la gamme (charte graphique, études, publi-promo, conseils juridiques...)
- > 92 % du minimum garanti + 100 % des redevances additionnelles pour les clubs.

Sur les produits Ligue 1 et Ligue 2 :

- > 81 % pour les clubs de L1 [81 % des 92 %] avec une répartition à 100 % égalitaire entre les clubs de L1
- > 19 % pour les clubs de L2 [19 % des 92 %] avec une répartition à 100 % égalitaire entre les clubs de L2

Pour les produits d'une seule division : 100 % des 92 % dans la division concernée avec une répartition 100 % égalitaire.

1. *Décision du Conseil d'administration de la LFP du 2 février 2002*



UNION DES CLUBS PROFESSIONNELS DE FOOTBALL

UCPF

UCPF : 88, avenue Kléber 75116 Paris
Tel. 01 55 73 32 32 - Fax : 01 55 73 32 33 - ucpf@free.fr