



EIDGENÖSSISCHER
SCHWINGERVERBAND

Association fédérale de lutte suisse

Association fédérale de lutte suisse

Fondée en 1895

REGLEMENT

PUBLICITÉ

Édition 2013

Table des matières Règlement Publicité		Page
1.	Principe et réglementation en général	3
2.	Domaine d'application	3
3.	Lutteurs, membres du jury ainsi que les fonctionnaires de tous les membres de l'AFLS	3
3.1	Vêtements aux fêtes de lutte suisse et autres manifestations de lutte suisse	3/4
3.2	Cartes d'autographe et heures de signatures	4
3.3	Contrats de publicité individuels, campagnes publicitaires et de réclames des lutteurs, durée de l'obligation de verser un émolument	4/5
3.4	Internet	5
4.	AFLS, Associations régionales, Associations, Clubs et Sections	5
4.1	Apparition publique	5
4.2	Droit d'exclusivité	5
5.	Fêtes de lutte suisse et Comités d'organisation : Fêtes à couronnes et Fêtes à caractère fédéral	6
5.1	Responsabilité	6
5.2	Arène de lutte suisse	6
5.3	Apparitions extérieures	6
6.	Fêtes régionales, des clubs et Fêtes des espoirs et des jeunes lutteurs	7
6.1	Responsabilité	7
6.2	Arène de lutte suisse	7
6.3	Apparitions extérieures	7
7.	Dispositions spéciales	7
7.1	Contrat avec la Société suisse de radiodiffusion et télévision SRF (SRG SSR)	7
7.2	Protections de la personnalité	7
8.	Responsable de la publicité, Commission de publicité et Commission de recours	7
8.1	Les organes	7
8.2	Le responsable de la publicité	8
8.3	La commission de publicité	8
8.4	La commission de recours	8
8.5	Procédure	9
9.	Sanctions	9
9.1	Lutteurs, membres de jury et fonctionnaires	9
9.2	Associations régionales, associations, clubs et sections	9
9.3	L'utilisation des amendes	9
10.	Dispositions finales	9
10.1	Approbation et entrée en vigueur	9

Association fédérale de lutte suisse

REGLEMENT PUBLICITÉ

Le Comité Central (CC), conformément à l'art 13 al. I des statuts de l'AFLS (édition 2013) a élaboré le règlement suivant :

1. Principe et réglementation en général

La publicité en rapport avec la lutte suisse en général et les activités de la lutte suisse en particulier est limitée. Ce règlement définit en principe, tout ce qui est autorisé. Ce qui n'est pas mentionné reste interdit.

En particulier et d'une manière péremptoire, les habits des lutteurs et des fonctionnaires, portés dans l'arène des Fêtes de lutte suisse avec couronnes ainsi que les Fêtes à caractère fédéral, sont à tenir complètement vierge de publicité.

La publicité en relation avec la lutte suisse en général et les activités de la lutte suisse en particulier est fondamentalement interdite quant elle

- est choquante ou sexiste,
- blesse la politique neutre de la lutte,
- la publication de produits qui ne conviennent pas avec les valeurs fondamentales de la lutte suisse.

Dans leur domaine l'AFLS, les associations régionales, les associations cantonales et les sous-associations bernoises (ci-après «Associations»), les clubs et sections sont responsables pour faire respecter ce règlement dans leur domaine respectif.

Chaque lutteur, comme chaque membre du jury et fonctionnaire de l'AFLS, est lui-même responsable pour respecter des dispositions de l'article 3.

2. Domaine d'application

Ce règlement est valable pour tous les lutteurs, tous les jeunes lutteurs, tout ceux qui ont été assurés à la Caisse de secours de l'AFLS (ci-après «lutteurs»), fonctionnaires, Associations régionales, Associations, clubs, sections, Fêtes de lutte suisse et comités d'organisation de tout le domaine de l'association.

3. Lutteurs, membres du jury ainsi que les fonctionnaires de tous les membres de l'AFLS

3.1 Vêtements aux fêtes de lutte suisse et autres manifestations de lutte suisse

Sont autorisées :

- Les inscriptions de publicité (logos d'entreprises, marques, signes d'origine et logos) sur tous les habits portés, inclus les sacs à dos avec une surface totale de 90 cm², pour les sponsors des Associations ou des clubs.
- Devoir de porter: L'habit avec les sponsors de l'association ou/et les sponsors des clubs doivent être porté à toutes les manifestations décidées par le comité concerné respectif. Cette décision doit respecter la hiérarchie des associations. Excepté les couvre-chefs (casquettes et chapeaux). Le comité compétent peut cependant décider de l'apparition visuelle (par exemple la couleur unitaire des couvre-chefs).

- L'inscription de publicité supplémentaire (logos d'entreprises, marques, signes d'origine et logos) avec une surface totale de 90 cm², sur tous les habits portés, y compris les sacs à dos, sauf aux habits de compétitions, par exemple habits de fêtes, pour les sponsors individuels. Les sponsors des Associations ou des clubs existants doivent être placés sans exception.
- Les impressions sur les couvre-chefs (casquettes et chapeaux) avec une surface maximale de 30 cm², par couvre-chef.
- Les inscriptions de publicités (marques, signes d'origine et logos) des maisons d'articles de sport, ne sont pas des publicités supplémentaires, pour autant qu'elles ne dépassent 16 cm².

Sont interdites :

- La publicité sur les tenues de compétition (pantalons, souliers, maillots de corps, chemises et tricot de corps)
- La publicité sur tous les habits de fête pour la remise des couronnes
- La publicité sur les habits et couvre-chefs des membres du jury et des coursiers pendant leur activité.
- La publicité visible sur le corps

3.2 Cartes d'autographe et heures de signatures

Pour la création de carte d'autographe les dispositions suivantes sont valables:

- La grandeur maximale de la carte d'autographes: Format A5

Sur la face recto, les inscriptions suivantes sont autorisées :

- Le nom et éventuellement les titres du lutteur,
- La photo de l'intéressé (sans aucune publicité),
- Le logo du club / section et association dont fait partie le lutteur.

Sur le verso, des inscriptions de publicité sont autorisées.

Les heures de signatures sont à utiliser pour faire de la publicité pour la lutte suisse. Seules les cartes d'autographes autorisées pourront être délivrées, si possible toujours avec la présence du club, respectivement de l'association.

Lors d'annonces d'heures de signatures, celles-ci doivent être conformes au sens du règlement "Publicité". Les honoraires et les frais appartiennent par principe aux signataires d'autographes.

3.3 Contrats de publicité individuels, campagnes publicitaires et de réclames des lutteurs, durée de l'obligation de verser un émolument

Les campagnes publicitaires et de réclames individuelles ainsi que les contrats de publicité des lutteurs nécessitent, pour être valables, l'autorisation du responsable de la publicité, de manière à ce que les prescriptions de règlement et les droits des lutteurs soient garantis.

Lors des campagnes publicitaires publiques, le lutteur peut se présenter avec des habits de fêtes et couronne ou bien en tenue de compétition avec culotte de lutte. Dans ce cas l'art. 3.1 est valable. Un mélange avec des habits portant de la publicité et une couronne ou par exemple une culotte de lutte n'est pas admissible.

Le 10 % des honoraires convenus, respectivement payés, sont à verser pour le fonds des lutteurs espoirs de l'AFLS. A partir du 31 décembre suivant l'annonce officielle de l'arrêt de la lutte active, le taux de l'émolument à verser sera, pour les trois années suivantes, de 5% des honoraires convenus, respectivement payés. Après ce temps l'obligation de verser un émolument cesse.

Pour les jeunes-lutteurs, des campagnes de publicités et de réclames ainsi que des contrats individuels ne sont pas autorisés.

3.4 Internet

La création de sites Internet de lutteurs et fonctionnaires est libre, à l'exception des directives de l'article 3 précité. Les liens disponibles doivent être réservés aux pages Web correspondantes.

4. AFLS, Associations régionales, Associations, Clubs et Sections

L'AFLS, les associations régionales, les associations, les clubs et sections peuvent et doivent faire de la publicité pour leurs propres affaires. Sont valables:

4.1 Apparition publique

Sur les panneaux publicitaires, enveloppes, annonces, etc., les logos des sponsors éventuels ne doivent pas dépasser le 15 % de la surface.

Si des voitures sont mises à disposition, les sponsors peuvent être cités.

La création de sites Internet de l'AFLS, des associations régionales, des associations, des clubs et des sections, à l'exception des directives de l'article 3, est libre. Les liens disponibles doivent être réservés aux pages Web des sponsors.

4.2 Droit d'exclusivité

Les sponsors qui soutiennent les activités des associations ou des clubs / sections, n'obtiennent pas l'exclusivité pour d'autres manifestations. En principe, les organisateurs des fêtes de lutte suisse peuvent se déterminer librement sur leurs sponsors et donateurs de prix.

5. Fêtes de lutte suisse et Comités d'organisation : Fêtes à couronnes et Fêtes à caractère fédéral

5.1 Responsabilité

Est compétent pour faire respecter ce règlement aux fêtes à couronnes ou aux fêtes à caractère fédéral, l'association qui attribue cette fête de lutte suisse.

5.2 Arène de lutte suisse

L'arène de lutte (emplacement des compétitions et emplacement des spectateurs) doit être complètement libre de publicité. De la publicité active et des réclames visibles depuis l'arène de lutte sont interdites.

Les communiqués du speaker qui n'ont aucun lien avec la compétition ou l'organisation, ne sont pas autorisés. Exception faite pour la présentation des prix vivants. L'annonce nominative des sponsors principaux et des co-sponsors sont autorisés. Les annonces commerciales ne sont pas permises.

La publicité sur les habits des fonctionnaires, qui sont en rapport avec la compétition, est réglée par l'article 3.1 susmentionné.

Les culottes de lutte sont vierges de toute publicité. Le logo du comité d'organisation, ou par exemple de l'association ou du club est autorisé.

La publicité sur les habits des aides et des garçons qui affichent les numéros (ci-après «numéroteurs») est limitée à 90 cm². En plus les couvre-chefs (casquettes et chapeaux) peuvent avoir une impression maximale de 30 cm², par couvre-chef.

5.3 Apparitions extérieures

Les affiches de fêtes de lutte à couronne et fête à caractère Fédéral peuvent contenir le logo de l'association organisatrice. En plus est autorisé, à côté d'un sujet ou d'une photo qui attire l'attention sur la fête de lutte, seulement le logo du comité d'organisation. Il en est de même pour la page de couverture du livret de fête.

Sur les dépliants, cartes de publicité et annonces, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 30 % de la surface totale. Sur les enveloppes, papier à lettres et listes de résultats, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 15 % de la surface totale. Le logo de l'association organisatrice doit également y figurer.

La création des sites Internet, des comités d'organisation de fêtes de lutte est libre, à l'exception des directives de l'article 3. Les liens disponibles doivent être réservés aux pages Web des sponsors.

En plus est autorisé :

- La publicité et réclame sur les billets d'entrées.
- La présentation des sponsors en dehors de l'arène de lutte.
- La confection de sets de table avec l'autorisation des organisateurs.

6 Fêtes régionales, des clubs et Fêtes des espoirs et jeunes lutteurs

6.1 Responsabilité

Est compétent pour faire respecter ce règlement "Publicité" aux fêtes régionales de lutte suisse, des clubs ainsi qu'aux fêtes des espoirs et jeunes lutteurs, l'association ou le club qui l'organise ou qui l'attribue. Sont en vigueur, les mêmes directives que pour les fêtes à couronnes avec les exceptions suivantes :

6.2 Arène de lutte suisse

L'arène de lutte (emplacement des compétitions et emplacement des spectateurs) doit être autant que possible, complètement libre de publicité. Sont tolérés, à l'intérieur de l'arène, des parasols, des cantines ou d'autres moyens d'aide qui sont en rapport avec l'organisation ou lorsque la publicité est visible depuis l'arène de lutte. La publicité permanente est autorisée.

6.3 Apparitions extérieures

Sur les affiches, dépliants, cartes de publicité et annonces pour les fêtes de lutte suisse de clubs et journées de lutte suisse pour la relève, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 30 % de la surface totale. Sur les enveloppes, papier à lettres et listes de résultats, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 15 % de la surface totale. Le logo de l'association organisatrice ou clubs / sections, doit également y figurer.

7 Dispositions spéciales

7.1 Contrat avec la Société suisse de radiodiffusion et télévision SRF (SRG SSR)

Entre l'AFLS et la société suisse de radiodiffusion SRF (SRG SSR), les retransmissions radios et télévisées à propos de la lutte suisse, sont réglées dans un contrat spécial. Le règlement approprié n'est pas soumis au règlement susmentionné.

7.2 Protections de la personnalité

Dans le cadre de ce règlement, les bases légales sur la protection de la personnalité, art. 28 alinéa 1 du CCS, sont à respecter: Les publications ne peuvent avoir lieu qu'avec l'accord des personnes concernées.

8. Responsable de la publicité, Commission de publicité et Commission de recours

8.1 Les organes

Les organes d'application de ce règlement sont :

- Le responsable de la publicité
- La commission de publicité
- La commission de recours

8.2 Le responsable de la publicité

Le responsable de la publicité est élu, sur proposition du Comité Central (CC), par l'Assemblée des délégués (AD) pour une durée renouvelable de trois ans. Il a les devoirs et compétences suivantes :

- Il est l'interlocuteur des lutteurs, fonctionnaires, Associations et organisateurs de fêtes de lutte suisse, pour les questions portant sur l'interprétation de ce règlement.
- Il conseille les lutteurs, fonctionnaires, Associations et organisateurs de fêtes de lutte suisse, lors de la transposition de mesures relatives à la publicité.
- Il examine toutes les demandes et fourni les renseignements sollicités
- Il délivre les autorisations dans le domaine du règlement, avec orientation écrite à l'association régionale concernée.
- Il décrète les règlements sur les directives susmentionnées en accord avec le CC.
- Il fait un rapport sur ses activités auprès de la commission de publicité, de la commission de recours et du CC

Toute décision négative du responsable de la publicité peut faire l'objet d'un recours écrit qui doit être adressé à la Commission de la publicité dans les 10 jours qui suivent l'ouverture de la décision. Le recours doit contenir une proposition et doit brièvement être justifié.

8.3 La commission de publicité

La commission de publicité est élue, sur proposition du CC, par l'AD pour une durée renouvelable de trois ans. Elle se compose d'un représentant de chaque association régionale. À l'exception de l'élection du président par l'AD elle se constitue elle-même.

La commission de publicité est l'instance de recours pour les décisions négatives du responsable de la publicité et elle sanctionne les infractions contre ce règlement.

Toute décision de la commission de publicité peut faire l'objet d'un recours écrit qui doit être adressé à la Commission de recours dans les 20 jours qui suivent l'ouverture de la décision. Le recours doit contenir une proposition et doit brièvement être justifié.

8.4 La commission de recours

La commission de recours est élue, sur proposition du CC, par l'AD pour une durée renouvelable de trois ans. Elle se compose de trois membres provenant d'associations régionales différentes.

Les membres de la commission de recours ne peuvent en même temps appartenir ni à d'autres organes de l'AFLS ni à un comité d'une association régionale, cantonale ou à une sous-association bernoise.

La commission de recours est l'instance de recours pour les décisions de la commission de publicité. Elle décide de manière définitive.

Les décisions sont à transmettre par écrit aux différentes parties ainsi qu'au comité central.

8.5 Procédure

La procédure devant la commission de publicité et de la commission de recours est réglée dans le règlement de procédure de la commission publicité. Le manuel est établi par les deux organes.

Dans le règlement de procédure de la commission publicité est également réglé les droits de signature du responsable de la publicité, de la commission de publicité et de la commission de recours.

9. Sanctions

9.1 Lutteurs, membres de jury et fonctionnaires

Les lutteurs, membres de jury et fonctionnaires qui ont enfreint ce règlement, reçoivent un blâme, ou une condamnation à une amende à partir de CHF 500 peut leur être infligée. L'amende ne peut pas excéder le montant effectif de la publicité, touché par le lutteur, respectivement le membre de jury ou le fonctionnaire.

En cas de récidive, un délai ou une suspension complète des droits, pourra être ordonné en plus.

9.2 Associations régionales, associations, clubs et sections

Les associations régionales, associations, clubs et sections qui ont transgressé ce règlement, ou n'auront pas pris leurs responsabilités, reçoivent un blâme ou une condamnation à une amende pouvant aller jusqu'à CHF 10'000 peut leur être infligée.

En cas de récidive, le montant de l'amende peut être doublé.

9.3 L'utilisation des amendes

Le CC décide de l'utilisation de l'argent provenant d'éventuelles amendes.

10. Dispositions finales

10.1 Approbation et entrée en vigueur

Ce règlement a été approuvé lors de la séance du CC du 10 avril 2013 et entre en vigueur le 10.04.2013. Il remplace le règlement du 09.06.2010 et tous les accords précédents.

Trubschachen, le 10 avril 2013

Association fédérale de lutte suisse

L'Obmann :

Le secrétaire :

Mario John

Daniel Dreier