



Règles générales
en matière de sponsoring, de contrats publicitaires et de droits avec les médias

Edition du 30 juin 2013

En référence à l'article 22 des statuts de la FSB ("*Le CC édicte les règles générales applicables en matière de subventions, sponsoring, de contrats publicitaires et de droits avec les médias. Les sections sont responsables d'en informer leurs clubs et leurs joueurs et de faire en sorte qu'elles soient respectées.*") les présentes règles générales en matière de sponsoring, de contrats publicitaires et de droits avec les médias sont édictées par le CC.

Article 1 Dans le cadre des activités qui sont de sa compétence la FSB, par son CC, est habilitée à conclure des contrats de sponsoring et publicitaires, ainsi que des droits avec les médias. Il en va de même pour les sections et les clubs pour les activités qui sont de leurs compétences.

Article 2 Seules sont admises des publicités respectueuses des règles en vigueur à la FSB et dans ses sections, fidèles aux principes de l'éthique du sport telle que définit ci-dessous et dans la charte de Swiss Olympic. (*éthique du sport : développement d'une mentalité sportive, souci d'une propagande appropriée, implantation de l'idée du sport, lutte contre les abus tels que la violence, l'influence non autorisée sur les performances, etc.*)

Les publicités à tendance politique, raciale, ethnique et/ou religieuse sont strictement interdites. Chaque publicité doit être décente et appropriée. Les prescriptions locales concernant les publicités ou produits défendus comme le tabac, l'alcool, les produits agissant sur les performances et autres sont à respecter.

Article 3 Des contrats conclus entre des sportifs, des clubs ou des sections et un ou des sponsors ou des publicistes n'engagent la FSB que si elle est aussi partie prenante du contrat, à défaut elle est déchargée de toutes obligations ou conséquences éventuelles.

Article 4 Les sections, dans le cadre des directives de leurs organismes internationaux respectifs et dans le respect du présent règlement, édictent les règles détaillées relatives au port de publicité par les sportifs (joueurs, arbitres officiels).

En participant à une compétition organisée par un club, une section ou la fédération, un sportif, pour autant que les conditions soient connues au moment de son engagement, ne peut pas s'opposer aux éventuels contrats conclus par ces entités. Cas échéant et sans obligation de contrepartie, il peut être tenu de porter la publicité de l'organisateur. Si le sportif ne peut accepter de porter une telle publicité, alors il doit renoncer à participer à la compétition.

Article 5 Un club, respectivement la section ou la fédération, ne peut interdire à un de ses joueurs de porter une publicité personnelle conforme aux règles en vigueur dans le secteur dont il dépend, cela tant lors des compétitions individuelles que par équipes. Par contre, dans le cas où un joueur portant une publicité personnelle bénéficie d'avantages financiers ou d'indemnités de son club, de la section ou de la fédération et que ces entités ne sont pas parties prenantes du contrat, alors les avantages financiers et/ou les indemnités accordés peuvent être réduits ou supprimés.

Article 6 Le présent règlement a été adopté par le CC le 30 juin 2013. Il entre immédiatement en vigueur et dès cette date il annule et remplace toutes les dispositions antérieures ou contraires. Les sections de la FSB, les clubs affiliés et les personnes concernées s'engagent à la respecter, à le porter à la connaissance de leurs membres et joueurs et à le faire respecter.

Colombier, le 30 juin 2013

Fédération Suisse de Billard	
Alfred Zehr	Martin Schamaun
président	Vice-président responsable de l'administration et des finances

En cas de doute concernant l'interprétation du présent règlement, c'est le texte français qui est déterminant.

