



FIFA WORLD CUP  
RUSSIA 2018

# Directives relatives à l'utilisation des Marques officielles de la FIFA

Avril 2018, Version n°2



## **Table des matières**

<b>1 - INTRODUCTION.....</b>	<b>4</b>
<b>2 - L'AIDE DES TITULAIRES DE DROITS DE LA FIFA .....</b>	<b>5</b>
<b>3 - L'IMPORTANCE DE LA PROTECTION DE LA MARQUE ASSOCIÉE À L'ÉVÉNEMENT .....</b>	<b>6</b>
<b>4 - LES TITULAIRES DE DROITS RELATIFS DE LA FIFA .....</b>	<b>7</b>
<b>5 - COMMENT EN BÉNÉFICIER SANS CRÉER D'ASSOCIATION NON AUTORISÉE.....</b>	<b>9</b>
<b>6 - MARQUES OFFICIELLES .....</b>	<b>10</b>
<b>7 - EXEMPLES D'UTILISATION.....</b>	<b>15</b>
<b>8 - INFORMATIONS AUX MÉDIAS.....</b>	<b>29</b>
<b>9 - COORDONNÉES ET MODALITÉS DE PARTICIPATION.....</b>	<b>31</b>

Les présentes Directives visent à prodiguer des conseils et à fournir des informations au grand public concernant l'utilisation des Marques officielles de la FIFA dans le cadre de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™ (ci-après « l'événement »).

Sachez que les présentes Directives ne constituent ni une licence, ni un document juridique, ni une confirmation ou une infirmation selon laquelle une activité enfreint tout droit lié à la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™. Nous regrettons le fait que la FIFA ne puisse soumettre aucun commentaire individuel concernant toute utilisation éventuelle de ses Marques officielles. Il incombe donc aux différentes personnes d'obtenir leurs propres conseils juridiques.

# 1 - INTRODUCTION

## La FIFA

La Fédération Internationale de Football Association (ci-après la « FIFA ») est la fédération sportive régissant le football sur le plan mondial. La FIFA détient l'ensemble des droits liés à la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™ (ci-après « l'événement »), parmi lesquels figurent tous les droits relatifs aux médias, au marketing, à l'octroi de licences et à la billetterie.

La FIFA a confié à la Fédération Russe de Football, qui figure parmi ses associations membres, l'organisation et le déroulement de l'événement. À cette fin, la Fédération Russe de Football a créé le Comité Organisateur Local (ci-après le « COL »).

## La Coupe du Monde de la FIFA™

La Coupe du Monde de la FIFA™ est le plus grand événement sportif unidisciplinaire au monde ainsi que l'une des compétitions sportives les plus suivies. Elle suscite un engouement considérable, tant auprès des amateurs de sports qu'auprès des entreprises. De multiples entités, organismes, entreprises et organisations non commerciales souhaitent participer à sa prochaine édition qui se tiendra en Russie du 14 juin au 15 juillet 2018.

En raison du coût immense lié à l'organisation d'un événement d'une telle ampleur, la FIFA ne pourrait pas organiser cette compétition sans la contribution considérable de ses sponsors, des titulaires de ses droits médias et autres titulaires de licences, du pays et des villes hôtes, ainsi que du COL. Ces acteurs apportent tous une aide pécuniaire essentielle au financement de cet événement.

## 2 – L'AIDE DES TITULAIRES DE DROITS DE LA FIFA

Les Titulaires de droits de la FIFA, dont la liste détaillée figure à l'article 4 ci-dessous, apportent tous une aide pécuniaire essentielle à l'organisation de l'événement. En échange de cette aide, les Titulaires de droits de la FIFA se voient conférer le droit exclusif d'utiliser les Marques officielles de la FIFA, y compris mais sans limitation, les droits énumérés à l'article 6 ci-dessous, à des fins promotionnelles et publicitaires, bénéficiant ainsi des retombées associées à l'événement.

### **3 – L'IMPORTANCE DE LA PROTECTION DE LA MARQUE ASSOCIÉE À L'ÉVÉNEMENT**

Sans l'aide considérable des Titulaires de droits de la FIFA, celle-ci ne serait pas en mesure d'organiser l'événement. Les Titulaires de droits n'investiraient dans la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™ que s'ils bénéficient d'une utilisation exclusive des Marques officielles. Sans cette exclusivité, c'est-à-dire si les Marques associées à l'événement n'étaient pas protégées et si chacun pouvait utiliser les Marques officielles, créant ainsi gratuitement une association avec l'événement, être Titulaire de Droits serait moins avantageux puisque la valeur des droits acquis serait considérablement diluée. Cela compliquerait la désignation des Titulaires de droits par la FIFA et, de ce fait, la priverait des recettes nécessaires au financement de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™.

Par conséquent, la protection des droits commerciaux est primordiale pour l'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™. La FIFA demande donc à ce que les entités non affiliées respectent les droits de propriété intellectuelle de la FIFA et exercent leurs activités sans créer une quelconque association commerciale avec la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™.

## 4 – LES TITULAIRES DE DROITS DE LA FIFA

La FIFA octroie à certaines entités divers droits liés à l'événement dans de multiples secteurs d'activité. Lesdites entités participent à des programmes de marketing, de télécommunication et de programmes d'hospitalité, bénéficient de droits publicitaires et promotionnels associés à la FIFA et/ou à l'événement (ci-après dénommées les « Titulaires de droits »). La FIFA a désigné les Titulaires de droits suivants :

### PARTENAIRES COMMERCIAUX

Les partenaires commerciaux constituent un programme de sponsoring à trois niveaux, qui est composé des Partenaires FIFA, des Sponsors de la Coupe du Monde de la FIFA, et des Supporters Régionaux. Les listes ci-dessous seront dûment mises à jour lorsque de nouveaux partenaires commerciaux seront contractés.

#### 1. Partenaires FIFA

Les Partenaires FIFA comptent six à huit sociétés auxquelles la FIFA a accordé ou accordera le package le plus complet de droits publicitaires, promotionnels et marketing mondiaux liés à la FIFA et compétitions, y compris l'événement. Les sociétés suivantes sont actuellement des Partenaires FIFA :



#### 2. Sponsors de la Coupe du Monde de la FIFA

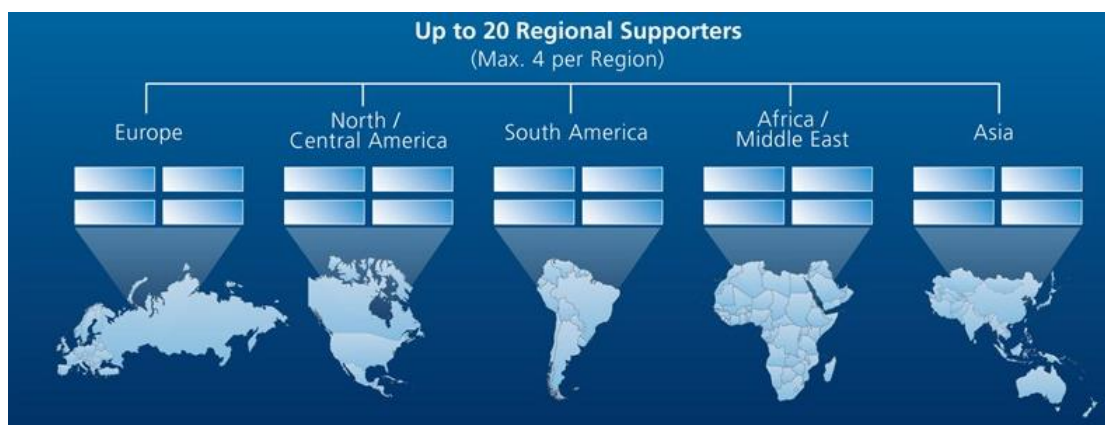
Les Sponsors de la Coupe du Monde de la FIFA comptent six à huit sociétés auxquelles la FIFA a accordé ou accordera le deuxième package le plus complet de droits publicitaires, promotionnels et marketing mondiaux liés à l'événement. Les sociétés suivantes sont actuellement des Sponsors de la Coupe du monde de la FIFA™ :



#### 3. Supporters régionaux

Au total, les Supporters régionaux comptent jusqu'à 20 sociétés, avec un maximum de quatre sociétés par région, auxquelles la FIFA a accordé ou accordera un package de droits publicitaires, promotionnels et marketing mondiaux liés à l'événement, sur chacun de leurs territoires respectifs.

Les cinq régions prédéfinies sont l'Europe, l'Amérique du Nord/Centrale, l'Amérique du Sud, l'Afrique/le Moyen-Orient, et l'Asie.



La société suivante est actuellement un Supporteur régional de la FIFA :

#### EUROPE



#### ASIE



### TITULAIRES DE DROITS MÉDIAS

Entités disposant de divers droits médias liés à l'événement, sur un ou plusieurs territoire(s) donné(s). Lesdits droits médias incluent les droits suivants :

- Droits de télédiffusion ;
- Droits de radiodiffusion ;
- Droits de retransmission à haut débit ;
- Droits de retransmission par télévision IP ; et
- Droits de retransmission par mobile.

### TITULAIRES DE LICENCES

Entités auxquelles la FIFA a accordé ou accordera le droit de développer, fabriquer et vendre des produits comportant les Marques officielles - les Produits sous licence officielle.

- **Produits sous licence officielle avec marque** - produits officiels comportant les Marques officielles de la Coupe du Monde de la FIFA™ et la marque du Titulaire de licence (entreprise)
- **Produits sous licence officielle sans marque** - produits officiels comportant uniquement les Marques officielles de la Coupe du Monde de la FIFA™

### HOSPITALITÉ

La FIFA a désigné MATCH Hospitality AG en qualité de titulaire mondial exclusif des droits relatifs au Package d'hospitalité de l'événement. Cette société est la seule et unique société autorisée à proposer des packages d'hospitalité exclusifs dans le monde entier, par le biais des agents commerciaux qu'elle a désignés.

Vous trouverez de plus amples informations sur les divers Titulaires de droits de la FIFA en consultant le site : [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com).



## 5 – COMMENT EN BÉNÉFICIER SANS CRÉER D'ASSOCIATION NON AUTORISÉE

Les enseignements tirés des précédentes compétitions de la Coupe du Monde de la FIFA™ ont démontré qu'une société peut tirer profit de l'événement de multiples manières sans utiliser les Marques officielles et sans créer une quelconque association commerciale avec l'événement.

De nombreuses sociétés exercent des activités visant à célébrer l'événement et à tirer profit des possibilités commerciales qu'il offre. Une telle association commerciale peut intervenir lorsqu'une société laisse penser qu'un lien l'unit à l'événement, soit au moyen des Marques officielles, soit par le biais d'un partenariat ou de toute autre affiliation.

Les sociétés ne figurant pas dans la liste des Partenaires Commerciaux ne peuvent pas exercer une activité publicitaire susceptible de donner lieu à une association commerciale inappropriée avec l'événement et/ou la FIFA.

La FIFA encourage le public à participer à l'événement ou à le célébrer en gardant bien à l'esprit ce qui suit :

- Toute image générique liée au football ou à un pays, utilisée sans recourir aux droits de propriété intellectuelle de la FIFA, permet au public d'encourager son équipe sans créer d'association non autorisée avec l'événement et/ou la FIFA.
- Toute utilisation de la propriété intellectuelle de la FIFA **sans l'autorisation préalable écrite de la FIFA** est susceptible de créer une association non autorisée avec l'événement et/ou la FIFA.

Nous vous encourageons à solliciter des conseils juridiques indépendants afin de vous assurer qu'une activité promotionnelle programmée n'enfreint ni les droits de propriété intellectuelle de la FIFA, ni l'un de ses autres droits commerciaux.

## 6 – MARQUES OFFICIELLES

La FIFA a créé une gamme de logos, slogans, titres, symboles et autres éléments/marques/signes d'identification qui seront utilisés dans le cadre de l'événement (ci-après dénommés les « Marques officielles »). Les Marques officielles sont protégées en Russie et dans le monde entier par des droits d'auteur, par des marques commerciales et/ou par d'autres formes de propriété intellectuelle et les lois qui les régissent, notamment en matière de concurrence déloyale et de contrefaçon. Lesdites lois protègent la FIFA contre l'utilisation non autorisée à la fois de reproductions identiques, ainsi que des variations et modifications des Marques officielles, dont la similitude prête à confusion.

L'utilisation des Marques officielles n'est autorisée que par les Titulaires de droits de la FIFA. Si vous n'êtes pas un Titulaire de Droits de la FIFA et si vous souhaitez solliciter une demande d'utilisation des Emblèmes officiels ou de la Mascotte officielle de l'événement, veuillez consulter le site <https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/>.

Ce qui suit n'est pas la liste exhaustive des Marques officielles de la FIFA liées à l'événement. Pour obtenir une liste exhaustive des marques commerciales de la FIFA dans tout pays donné, et une liste répertoriant les biens et services spécifiques pour lesquels lesdites marques commerciales sont protégées, merci de vous adresser à un avocat local spécialisé dans la propriété intellectuelle, ou vous informer auprès du bureau de la propriété intellectuelle concerné.

### Les Emblèmes officiels



### Les Trophées officiels



### Le Marque de la FIFA



### La Mascotte officielle



## Marques verbales

- 2018 FIFA World Cup Russia™
- FIFA World Cup™
- FIFA™
- WORLD CUP™
- Чемпионата мира по футболу FIFA™
- ЧМ2018™
- COPA 2018™
- COPA MUNDIAL 2018™
- WORLD CUP 2018™
- MUNDIAL 2018™
- MONDIALI 2018™
- RUSIA 2018™
- RUSSIA 2018™
- Россия 2018™
- WK 2018™
- WM 2018™
- Zabivaka™
- ЗАБИВАКА™
- Ville Hôte + année (e.g. Moscou 2018)

## La Police de caractères officielle

Une Police de caractères officielle a spécialement été conçue et élaborée dans le cadre de l'événement. Elle est intitulée DUSHA et est protégée par des droits d'auteur ainsi que par des dépôts de dessins et modèles.

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**

**ABCDEFGHIJKLMONPQRSTUVWXYZ**

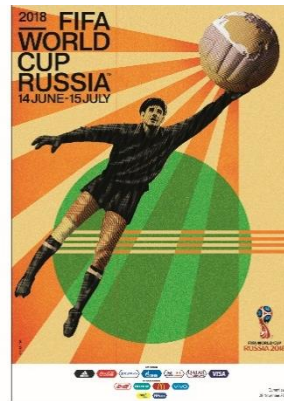
**1234567890 \$%&(.,:”"!?)**

**АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОП**

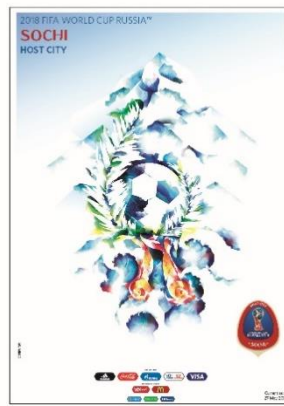
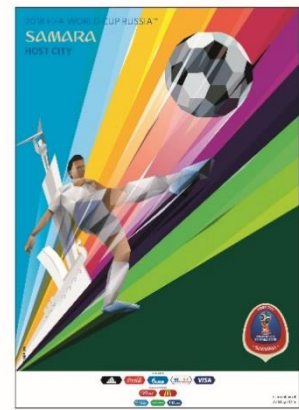
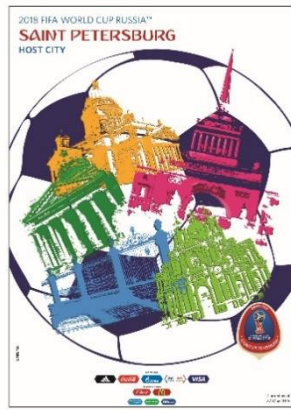
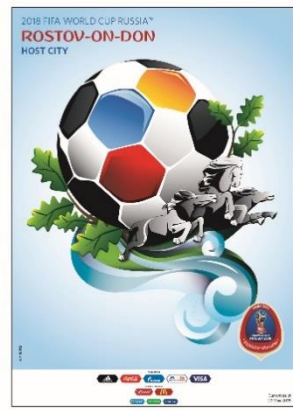
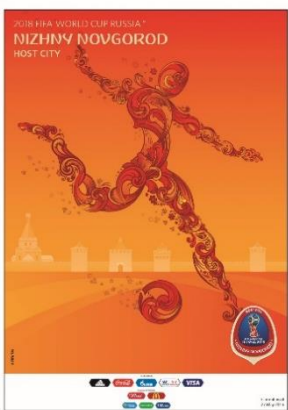
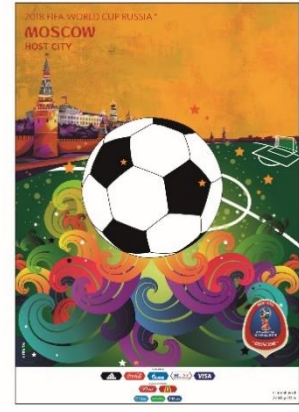
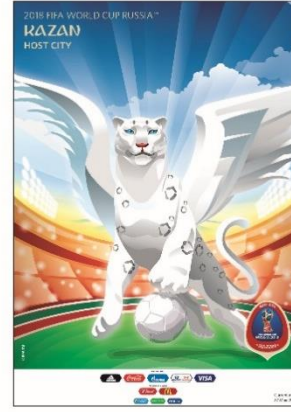
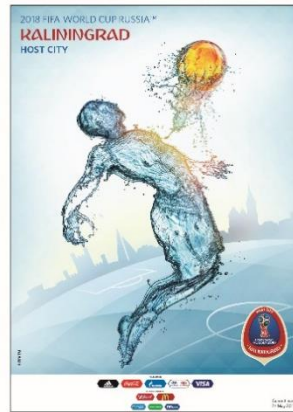
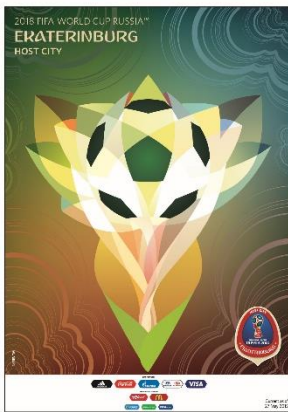
**РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдежзийклмноп**

**рстуфхцчшщъыьэюяё**

L’Affiche officielle



Les Affiches officielles des villes hôtes



## Le Visuel officiel

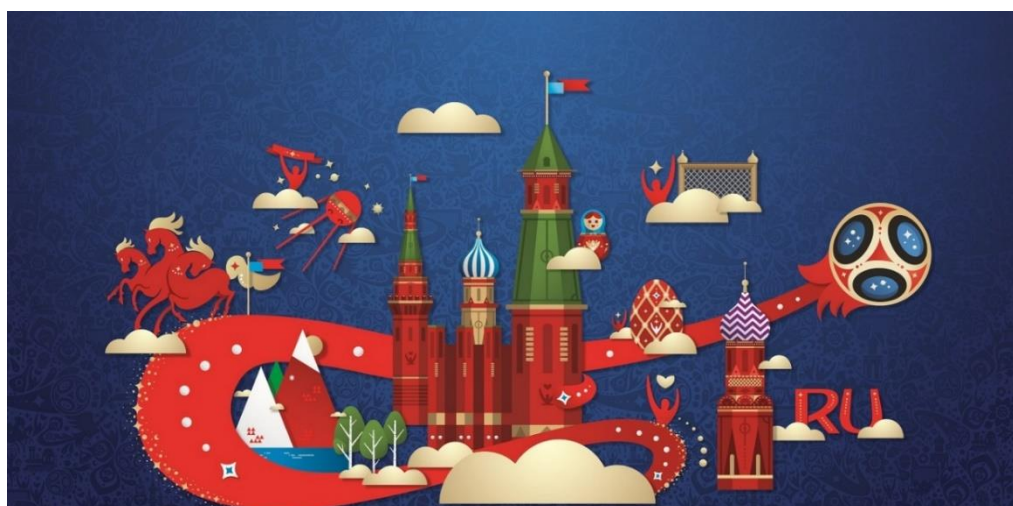
Le Visuel officiel se compose de plus de 100 éléments séparés regroupés en différentes compositions ou utilisés individuellement, toujours en combinaison avec l'Emblème officiel ou et Logo (des compositions relatives à la Russie et des compositions relatives aux Villes Hôtes).

Chaque élément du Visuel officiel est protégé individuellement et conjointement par des droits d'auteur ainsi que par des droits de dessins et modèles.

Ci- après des exemples des compositions ci-dessus mentionnées :

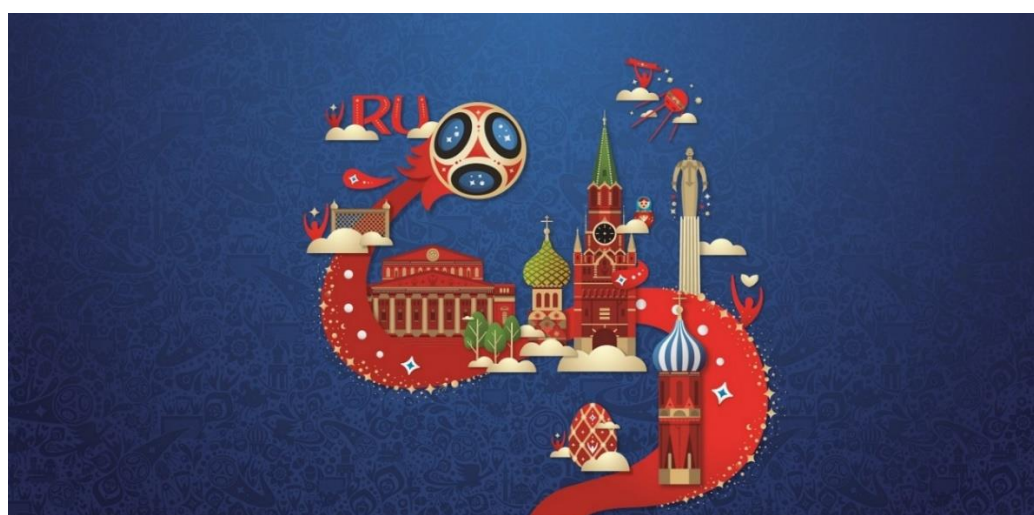
- **Compositions génériques concernant la Russie**

Représentent des éléments relatifs à la Russie en complément à des éléments relatifs à l'événement, tels que la « Magic Ball ».



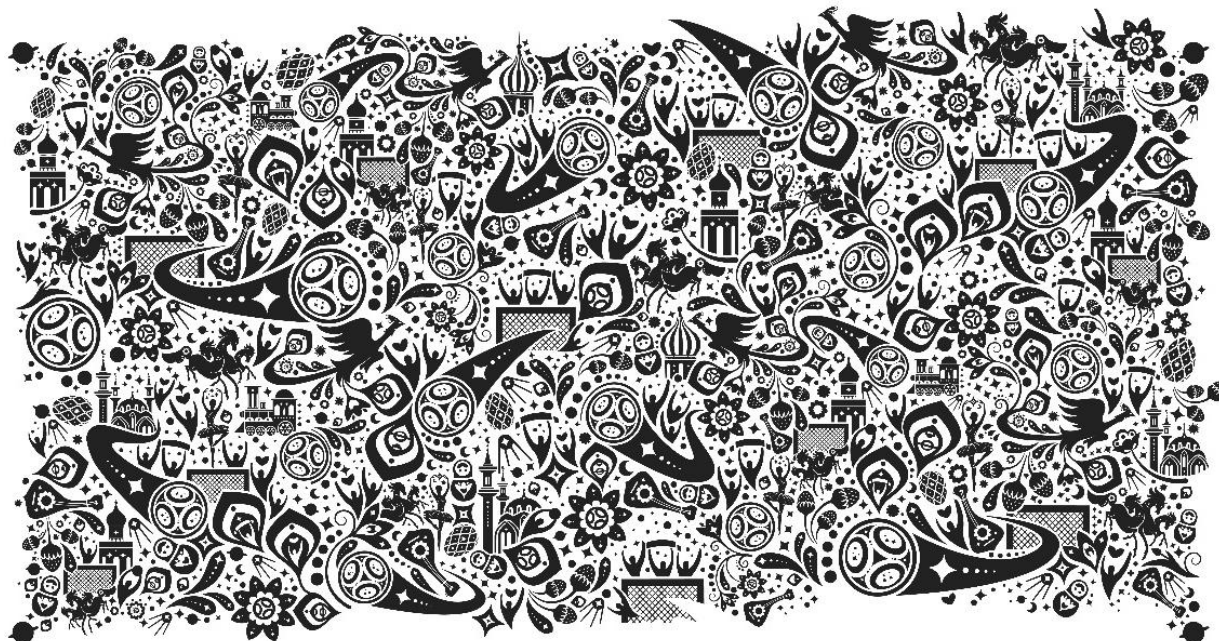
- **Compositions concernant les Villes Hôtes**

Représentent des éléments relatifs aux Villes Hôtes en complément à des éléments relatifs à l'événement, tels que la « Magic Ball ».



- L'Arrière-plan

Représente les différents éléments qui rassemblés constituent le Visuel officiel.



### Logos officiels du concept Fan Fest

Chacune des villes hôtes de l'événement organisera son propre FIFA Fan Fest. Les logos des FIFA Fan Fests porteront le logo ci-dessous et comprendront des éléments visuels relatifs aux Villes Hôtes.

**FIFA FAN FEST™**

### Ballon de Match officiel

adidas a réalisé le « TELSTAR 2018 » pour être le Ballon de match officiel de l'événement.



## 7 – EXEMPLES D’UTILISATION

Le présent article a pour objectif de permettre aux tiers d’éviter toute association non autorisée avec la compétition. Il est impossible d’illustrer chaque scénario possible d’utilisation autorisée ou non autorisée, ou de commenter les différentes sanctions juridiques susceptibles d’être prononcées dans chaque pays.

Dans ces exemples, les références aux Marques officielles incluent des variations similaires apportées aux Marques officielles énumérées à l’article 6 ci-dessus.

Les descriptions d’utilisation des Marques officielles couvrent toutes les formes de diffusion écrite et numérique, y compris mais sans limitation, les publications en version papier, la télévision, Internet, le mobile, les applications et les réseaux sociaux.

***Remarque : ces exemples sont donnés à titre indicatif uniquement***

Les présentes directives ne doivent pas être utilisées par des sociétés visant délibérément à nuire aux droits marketing détenus par la FIFA afin de soigneusement éviter toute responsabilité juridique. Les scénarios indiqués ci-dessous sont simplistes afin d’apporter une aide pratique aux sociétés souhaitant légitimement éviter toute association déloyale avec l’événement. Les enseignements tirés de notre expérience passée nous ont appris que les sociétés tentant d’utiliser les présentes directives pour justifier une association déloyale ou un acte de contrefaçon ne parviennent jamais à leurs fins. La FIFA est certaine que vous coopérerez avec elle eu égard à ses demandes et droits, et que vous les respecterez. C’est pour cette raison que tous les droits de la FIFA sont explicitement réservés.

Les présentes Directives abordent uniquement les droits détenus par la FIFA. Elles ne contiennent ni n’énoncent aucune déclaration concernant tout droit détenu par des tiers, tels que des joueurs, clubs, associations membres, confédérations, Partenaires commerciaux de la FIFA ou autres entités, organismes et/ou personnes.

## A. PRESSE ÉCRITE (JOURNAUX, MAGAZINES ET PUBLICATIONS, ETC.)

### Utilisation éditoriale :

L'utilisation des Marques officielles dans tout contenu éditorial légal, tel que du contenu couvrant l'événement, ne crée aucune association non autorisée. En revanche, les Marques officielles ne peuvent pas être utilisées si elles font partie intégrante de la mise en page d'une publication, si elles constituent des éléments de la marque d'une publication ou si elles sont utilisées de façon isolée (notamment au moyen d'une utilisation réitérée des Marques officielles dans l'angle d'une édition spéciale).



### Utilisation commerciale :

Les Marques officielles ne peuvent pas être utilisées conjointement à un logo de société ou à une référence commerciale, tels que « Vous est fourni par... », « Présenté par... » ou « Sponsorisé par... », etc., ni utilisés à proximité de ceux-ci.





## B. CALENDRIER DES RENCONTRES

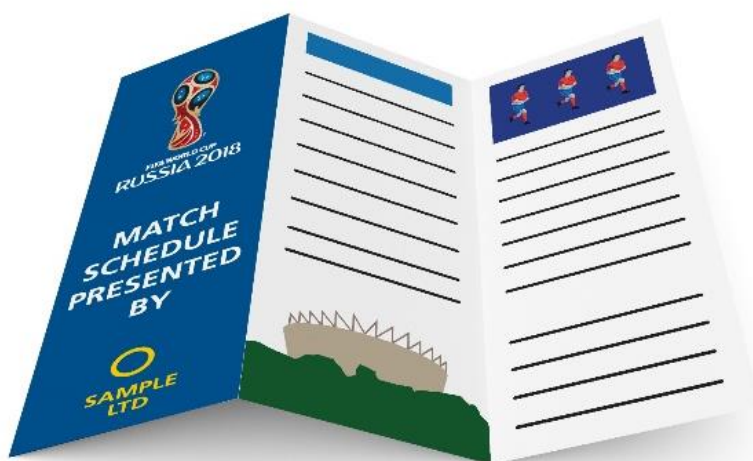
### Utilisation éditoriale :

L'utilisation ou la reproduction éditoriale et non commerciale du calendrier officiel des rencontres de la FIFA ne crée aucune association non autorisée, et est permise. Toutefois, il convient de veiller à éviter toute utilisation du calendrier des rencontres conjointement à un logo de société ou une référence commerciale par une entreprise qui ne fait pas partie des Titulaires de droits de la FIFA, tels que « Vous est fourni par... », « Présenté par... » ou « Sponsorisé par... », etc., ou à proximité de ceux-ci.



### Utilisation commerciale :

L'utilisation commerciale du calendrier officiel des rencontres conjointement à un logo de société ou une référence commerciale, tels que « Vous est fourni par... », « Présenté par... » ou « Sponsorisé par... », etc., ou à proximité de ceux-ci, n'est pas permise.



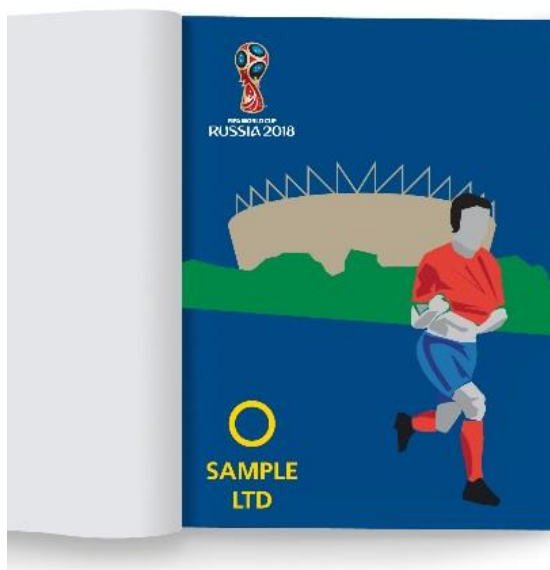
*Remarque : le calendrier des rencontres de l'événement est protégé par des droits d'auteur et divers autres droits de propriété intellectuelle dans de nombreux pays à travers le monde. Les sociétés du secteur des médias d'information sont autorisées à publier le calendrier des rencontres à titre individuel ou dans le cadre d'une publication, afin d'informer le public sur l'événement. Cependant, elles doivent s'assurer que le calendrier des rencontres n'est pas publié avec une marque commerciale tierce non autorisée directement sur le calendrier des rencontres, à proximité immédiate ou en lien avec celui-ci.*

### C. CONTENU ANIMÉ

A défaut d'être réalisé par la FIFA ou par des Titulaires de droits de la FIFA, l'utilisation des Marques officielles sous forme animée n'est pas autorisée.

### D. PUBLICITÉS COMMERCIALES

Le fait d'utiliser une ou plusieurs Marques officielles à des fins publicitaires et commerciales avant ou pendant l'événement est susceptible de créer une association non autorisée :



### E. PROMOTIONS SUR LES BILLETS

À défaut d'être autorisée par la FIFA ou organisée en coopération avec un Titulaire de droits de la FIFA, toute action à des fins promotionnelles concernant les billets est strictement interdite, y compris les loteries, jeux-concours, ventes aux enchères en ligne ou concours promotionnels.



Tout billet utilisé de cette manière sera annulé une fois identifié et la FIFA se réserve le droit de refuser l'accès au stade au détenteur dudit billet.

F. CONCOURS/JEUX/TIRAGES AU SORT :

Les concours, jeux et tirages au sort utilisant une ou plusieurs Marques officielles ne sont pas autorisés :



G. COMPTES À REBOURS/MESSAGES DÉFILANTS

Tous les outils commercialisés sous une marque et conçus aux fins de compte à rebours avant un événement ou une date officiel(le) dans le cadre de l'événement créent une association non autorisée. Parmi lesdits outils figurent notamment des comptes à rebours statiques, animés, physiques ou en ligne:



## H. DÉCORATION INTÉRIEURE (RESTAURANTS, BARS ET CENTRES COMMERCIAUX, ETC.)

- i) Les décorations intérieures générales sur le thème du football ou d'un pays spécifique ne créent aucune association non autorisée :



- ii) À moins que ce ne soit dans le cadre ou par le biais de promotions ou de publicités en magasin approuvées et menées par des Titulaires de droits de la FIFA, il est interdit d'utiliser les Marques officielles à des fins de décoration intérieure :



## I. MESSAGES SOCIAUX OU POLITIQUES

Toute publicité liée aux sujets d'actualité, tels que la religion, la politique ou les conditions sociales, doit éviter d'établir une quelconque association non autorisée en recourant aux Marques officielles :



## J. NOMS COMMERCIAUX

Il est interdit d'utiliser les Marques officielles en lien avec tout nom commercial dans quelque contexte que ce soit, sans l'autorisation de la FIFA ou de l'un des Titulaires de droits de la FIFA :



## K. PRODUITS DÉRIVÉS

- i) Les produits reprenant des termes footballistiques généraux, des termes associés à la Russie ou des drapeaux nationaux ne constituent pas une atteinte aux droits de la FIFA :



- ii) en revanche, l'utilisation des Marques officielles ou de tout élément de ceux-ci sur un produit dérivé constitue une atteinte aux droits de la FIFA, et est vivement déconseillée :



## L. PRESSE NUMÉRIQUE (SITES WEB, SITES MOBILES ET APPLICATIONS MOBILES)

### Utilisation éditoriale

Aucune utilisation éditoriale légale, tel que du contenu couvrant l'événement, ne crée aucune association non autorisée. En revanche, les Marques officielles ne peuvent pas être utilisées si elles font partie intégrante de la mise en page d'une publication, comme éléments de la marque d'une publication, ni de façon autonome, statique ou récurrente, sur un site web (notamment au moyen d'une utilisation réitérée des Marques officielles dans l'angle d'une édition spéciale, ou sur chaque page web successive d'un sous-article spécial d'un site web).

### Utilisation commerciale

Les Marques officielles ne peuvent pas être utilisées conjointement à un logo de société ou une référence commerciale, tels que « Vous est fourni par... » ou « Sponsorisé par... », etc., ni utilisés à proximité de ceux-ci.



#### i) Noms de domaine/URL :

De façon générale, les Marques officielles ne peuvent pas être intégrées à des noms de domaine (ni à une identification URL précédant le nom de domaine) de sites web intégrant du contenu commercial :



ii) Liens hypertextes :

Les Marques officielles ne peuvent pas être utilisées à titre de liens hypertextes ou de raccourcis sur Internet (pour en savoir plus sur l'utilisation du lien hypertexte [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com), merci de consulter l'article 6 ci-dessus) :



iii) Blogs :

L'utilisation des Marques officielles sur des blogs n'intégrant pas de contenu commercial ou de publicités, informant les internautes sur l'événement ou commentant celui-ci, ne crée aucune association non autorisée.





iv) Services et applications mobiles et Internet :

Il est interdit d'utiliser une Marque officielle ou de diffuser du contenu à des fins commerciales dans le cadre de tout(e) service ou application mobile ou Internet, tels que des communications, du contenu, des jeux, des alertes, des services ou applications de notifications. Les titres de l'événement peuvent être autorisés en vertu du droit local à des fins d'utilisation descriptive, à condition que ladite utilisation ne laisse pas penser que le service est de quelque façon que ce soit lié à l'événement ou à la FIFA. Les noms ou titres de tout(e) service ou application susmentionné(e) ne peuvent pas intégrer de Marque officielle qui pourrait, de quelque manière que ce soit, laisser penser que la FIFA les approuve :



v) Le visuel et l'aspect d'un site web :

Les Marques officielles ne peuvent pas être utilisées dans la structure ou conception générale d'un site web (y compris l'arrière-plan ou les motifs de papier peint) ou en tant que composante principale d'une page de présentation transitoire d'un site web, si ladite utilisation laisse penser à une association avec l'événement/la FIFA :



vi) Réseaux sociaux :

↑ Publication d'images des Marques officielles

Les Marques officielles ne peuvent être utilisées sous quelque forme que ce soit dans des pages intégrant un arrière-plan commercial, à moins que les Titulaires de droits de la FIFA ne soient à l'origine de ladite utilisation :



↻ Retweet ou partage du contenu officiel

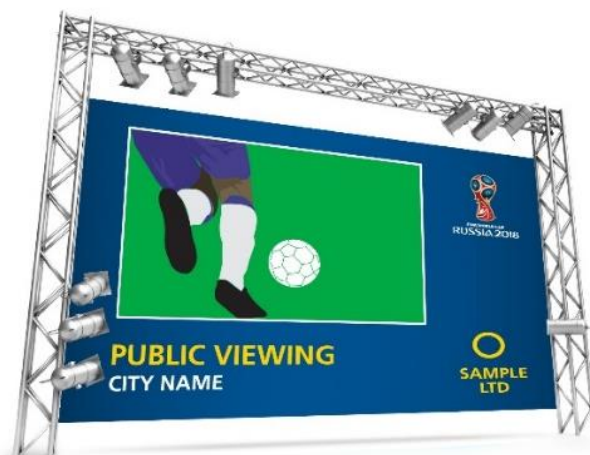
- Il est interdit de retweeter ou de partager du contenu officiel provenant de sociétés à des fins commerciales, à moins que la société à l'origine du retweet ne soit un Titulaire de Droits de la FIFA.
- La transmission ou le partage par les supporters d'informations officielles concernant la FIFA, les Titulaires de droits de la FIFA ou des sites officiels de la FIFA concernant les événements sont autorisés, sous réserve que ces transmissions ne soient pas à titre commercial.

## M. RETRANSMISSIONS PUBLIQUES

Les organisateurs de retransmissions publiques autorisés sont tenus de se conformer au Règlement de la FIFA sur les projections publiques. Ledit règlement pour la Coupe du Monde de la FIFA 2018™ a été élaboré par la sous-division TV de la FIFA et est disponible sur FIFA.com ici : [http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017\\_november\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017_november_neutral.pdf)).

Toutes les retransmissions publiques font l'objet d'une licence de la FIFA ou de ses titulaires de licences médias.

Toute autre diffusion publique montrant des images animées des rencontres jouées dans le cadre de l'événement doit éviter toute utilisation d'une quelconque Marque officielle ou d'un sponsoring publicitaire qui serait susceptible de créer une association non autorisée entre la FIFA et/ou l'événement et des tiers ne figurant pas parmi les Titulaires de droits de la FIFA. Il incombe à la sous-division TV de la FIFA de gérer les droits relatifs aux retransmissions publiques des événements de la FIFA, y compris l'octroi des licences relatives auxdits événements.



## N. INVITÉS

Les groupes d'invités des compétiteurs ou des Partenaires FIFA ne peuvent exhiber ou porter tout article comprenant la marque d'une tierce partie (notamment des plaquettes signalétiques ou produits semblables) guidant les invités dans le stade et créant une association non autorisée. Cela comprend également les fanions/drapeaux ou articles comprenant une marque qui sont offerts aux invités.



## 8 – INFORMATIONS MÉDIATIQUES

La FIFA apprécie le travail des médias d'information couvrant l'événement au moyen d'éditoriaux, et comprend qu'ils puissent souhaiter utiliser les Marques officielles dans le cadre de leur couverture médiatique. Par conséquent, la FIFA fournit gratuitement des versions numériques de haute qualité des Marques officielles aux médias, afin que ceux-ci les utilisent à cet effet.

Les médias d'information sont invités à utiliser les Marques officielles à des fins éditoriales et informatives non commerciales et légitimes, à condition que ladite utilisation n'établisse aucune association inappropriée entre la compétition et toute entité ne figurant pas parmi les Titulaires de droits de la FIFA.

Ci-dessous figurent quelques directives générales à destination des médias concernant l'utilisation des Marques officielles dans le respect des libertés légales, tout en respectant le programme commercial de la FIFA, ainsi que les droits détenus par les Titulaires de droits de la FIFA. Aucune disposition du présent document ne vise à contrôler ni à limiter de quelque manière que ce soit les reportages et éditoriaux liés à l'événement et diffusés par les médias. Les descriptions d'utilisation des Marques officielles couvrent toutes les formes de presse écrite et numérique, y compris mais sans s'y limiter, la télévision, le web et le mobile.

### Archive numérique de la FIFA

Les médias d'information peuvent commander les Marques officielles en complétant le formulaire de demande de Marques officielles disponible à l'adresse suivante [www.FIFAdigitalarchive.com](http://www.FIFAdigitalarchive.com). L'utilisation des Marques officielles doit se conformer aux directives graphiques de la FIFA, que celle-ci vous fournira et qui seront accompagnées de fichiers numériques de haute qualité contenant la reproduction de l'œuvre demandée.

### CONDITIONS D'UTILISATION DES MARQUES

Les médias d'information peuvent utiliser les Marques officielles dans le cadre de la couverture médiatique de l'événement, en se conformant aux principes suivants :

#### Utilisation éditoriale

Les Marques officielles peuvent être utilisées aux fins d'identifier ou d'illustrer des articles relatifs à l'événement, ou à sa couverture médiatique. Toutefois, elles doivent faire partie intégrante de la mise en page d'une publication, ou être utilisées en tant qu'éléments de la marque d'une publication.

#### Aucune utilisation promotionnelle/publicitaire

Les Marques officielles ne peuvent pas être utilisées à des fins promotionnelles ou publicitaires, y compris sur un produit destiné à des fins commerciales, par exemple une compétition, un tirage au sort ou un autre type de concours.

#### Utilisation du calendrier des rencontres

Veuillez consulter l'alinéa B de l'article 7 ci-dessus.

### **Utilisation sur des couvertures**

Les Marques officielles peuvent être utilisées en couverture de journaux afin d'illustrer les articles éditoriaux tels que susmentionnés. Il faut toutefois faire preuve de prudence lors de l'utilisation des Marques Commerciales sur les couvertures de magazines papier ou d'éditions spéciales en version papier. Il est très probable que les consommateurs perçoivent par erreur la présence des Marques officielles dans le contenu et le titre desdits produits comme indiquant qu'une publication en version papier est produite sous licence de la FIFA.

### **Utilisation de billets des rencontres**

L'utilisation de billets des rencontres dans le cadre de tout type de concours, d'événement publicitaire ou promotionnel, est explicitement interdite, à moins qu'elle ne soit organisée par un Sponsor de la FIFA et/ou avec l'autorisation écrite explicite de la FIFA.

### **Aucune association**

Les Marques officielles ne doivent pas apparaître d'une façon laissant supposer l'existence d'une association quelle qu'elle soit entre la FIFA ou l'événement d'une part, et l'utilisateur, son nom commercial, son logo ou ses autres marques, ou les biens et services de l'utilisateur, d'autre part.

### **Aucune association avec des tiers**

Les médias ne doivent pas autoriser un tiers à utiliser les Marques officielles ou à s'associer avec celles-ci et ne doivent pas utiliser les Marques officielles de manière à permettre à un tiers de bénéficier d'une association non autorisée avec l'événement. Les Marques officielles doivent toujours être nettement distinguées des publicités tierces, afin d'éviter toute confusion. Il faut faire preuve de la plus grande prudence eu égard aux publications, ou parties de publications, parrainées par des tiers, car le risque d'une association induite avec des tiers est élevé.

## 9 – COORDONNÉES ET MODALITÉS DE PARTICIPATION

Globalement, un organisme, un institut ou une entité ou personne peut participer et bénéficier de l'événement de nombreuses manières sans recourir aux Marques officielles ou créer une quelconque association commerciale que ce soit avec l'événement, par exemple :

- Prestation de services :
  - Construction de stades
  - événements et activités organisés par la FIFA et/ou le COL
  - restauration et titulaire d'un contrat de concession dans le secteur des aliments et boissons
  - nettoyage et traitement des déchets
  - sécurité privée
  - fournisseur de meubles
- Pour en savoir plus sur les moyens de participer à une promotion conjointe avec les Titulaires de droits de la FIFA, veuillez contacter l'un d'entre eux.
- Encouragez le football à l'échelle locale dans votre propre pays d'origine en contactant la fédération nationale de football, qui vous conseillera sur les façons de vous impliquer.

Pour en savoir plus, merci de consulter le site [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com).

### Sponsoring

Si vous souhaitez devenir un Titulaire de Droits/Sponsor de l'événement, merci de contacter [sales@fifa.org](mailto:sales@fifa.org).

### Octroi de licences

Pour en savoir plus sur les possibilités en matière de licences, merci de contacter [retail-licensing@fifa.org](mailto:retail-licensing@fifa.org).

### Retransmissions publiques

Le Règlement de la FIFA sur les projections publiques est disponible ici :

Anglais : [http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017\\_november\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/88/40/65/2018fwcregulation-publicviewing-2017_november_neutral.pdf)

Russe : [http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/91/01/74/2018fwcregulation-publicviewing-20171113-edhhea-v.2\\_17-03554\\_101\\_en\\_ru\(003\)\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/91/01/74/2018fwcregulation-publicviewing-20171113-edhhea-v.2_17-03554_101_en_ru(003)_neutral.pdf)

Pour de plus amples informations sur le Règlement de la FIFA sur les projections publiques, veuillez contacter [publicviewing@fifa.org](mailto:publicviewing@fifa.org).

Si vous souhaitez demander une autorisation de retransmission publique pour la Coupe du Monde de la FIFA 2018™, rendez-vous sur <https://publicviewing.fifa.com/2018/default.html> ou contactez [tv@fifa.org](mailto:tv@fifa.org).

### Demande de Marques

Pour déposer une demande d'utilisation d'une ou de plusieurs Marques officielles, rendez-vous sur les Archives numériques de la FIFA et soumettez votre demande sous <https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/login/login.pt>.

### **Ventes et promotions de Tickets non autorisées**

Nous apprécions la transmission d'informations concernant les ventes et les promotions non autorisées de billets, y compris si vous considérez avoir potentiellement acheté de faux billets, en nous contactant par email sur [ticketenforcement@fifa.org](mailto:ticketenforcement@fifa.org).

### **Utilisation non autorisée des droits de propriété intellectuelle de la FIFA**

Nous vous encourageons à signaler toute utilisation non autorisée des droits de propriété intellectuelle de la FIFA en nous envoyant un e-mail à l'adresse suivante : [brandprotection@fifa.org](mailto:brandprotection@fifa.org).