

RÈGLEMENT MÉDIAS ET MARKETING
DE LA
Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017

DÉFINITIONS

Accord d'allocation de billets aux associations membres participantes : accord conclu par la FIFA pour chaque association membre participante concernant (i) le contingent de billets alloués aux associations membres participantes pour la compétition et (ii) définissant les termes et conditions auxquels les associations membres participantes et leurs invités doivent se conformer en termes d'usage et de distribution de billets gratuits et à mettre en vente alloués par la FIFA aux associations membres participantes pour la compétition.

Activité médiatique d'une association membre participante : toute activité médiatique, telle que conférence de presse ou interview, effectuée par ou pour le compte d'une association membre participante et qui n'est pas une activité médiatique de la FIFA/du COL.

Activité médiatique officielle de la FIFA/du COL : toute activité médiatique, telle que conférence de presse ou interview, effectuée dans un stade de la compétition ou sur un site officiel d'entraînement, quel qu'en soit l'organisateur, et toute conférence de presse ou interview organisée et/ou contrôlée par la FIFA ou le COL, quel qu'en soit le lieu.

Affilié d'une AMP : tout affilié commercial de toute association membre participante, y compris tout entreprise, licencié, agent, sponsor, partenaire marketing, partenaire média ou autre partenaire commercial, désigné directement ou indirectement par l'AMP en question ou ses mandataires.

Affiliés commerciaux : toute entité à laquelle la FIFA ou tout mandataire de la FIFA accorde des droits de sponsoring notamment sur la compétition, telle que les Partenaires FIFA, les sponsors de la Coupe du Monde de la FIFA™, les Supporters régionaux et les détenteurs de licences avec marques déposées, à l'exception des détenteurs de droits médiatiques.

Appareil portable : tout appareil sans fil déjà existant ou qui sera inventé à l'avenir, (i) conçu ou adapté de façon à pouvoir fonctionner pendant que son utilisateur se déplace, (ii) capable de capter du contenu audio et/ou visuel statique ou animé et/ou audiovisuel, et (iii) tenu à la main ou installé dans un véhicule, à l'exception de tout récepteur de télévision, portatif ou installé dans un véhicule non équipé d'une fonction téléphonique ou d'une fonction émetteur-récepteur intégrée.

Association membre hôte : Fédération Russe de Football (RFU), qui a été désignée par la FIFA pour organiser et accueillir la compétition. À ce titre, l'association membre hôte est qualifiée d'office en tant qu'équipe participante pour la compétition et représente une des huit associations membres participantes.

Association membre participante : chacune des huit associations membres dont l'équipe représentative s'est qualifiée pour participer à la compétition.

Association membre : toute association affiliée à la FIFA, que son équipe représentative participe ou non à la compétition.

COL : Comité Organisateur Local de la Coupe du Monde de la FIFA, Russie 2018™.

Compétition : Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017, compétition qui se déroulera dans la Fédération de Russie entre les équipes participantes.

Confédération : toute confédération reconnue par la FIFA, à savoir l'AFC, la CAF, la CONCACAF, la CONMEBOL, l'UEFA et l'OFC.

Délégation d'une équipe : collectivement tous les membres de la délégation d'une équipe d'une association membre participante.

Documents relatifs à la billetterie : collectivement, le « Règlement de la billetterie de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 », les « Exigences à remplir par les associations membres en matière de billetterie », liées à la « Convention d'attribution des billets », les « Conditions générales d'utilisation des billets de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 », le « Règlement de la vente de billets pour la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 », dont, sans limitation, toute règle applicable en matière de collecte et de protection de données, le code de conduite dans les stades pour la compétition, ainsi que toute autre décision prise ou tout règlement publié par la FIFA en relation avec la vente et l'utilisation des billets de la compétition.

Droit de retransmission à bord des avions : (i) tout droit de retransmettre et/ou de présenter, au moyen de tout support/plate-forme quel qu'il soit, du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé ou statique, ou audiovisuel, toute donnée et/ou tout contenu textuel directement ou indirectement lié à la compétition et/ou aux cérémonies liées à la compétition, en direct ou non, afin qu'ils soient captés et/ou présentés par tout système de divertissement à bord de tout avion, partout dans le monde ; et (ii) tout droit d'exploiter l'ensemble des opportunités commerciales quelles qu'elles soient (y compris les opportunités de sponsoring de diffusion et d'espace publicitaire) découlant de et/ou liées à cette retransmission et à cette présentation.

Droit de retransmission à bord des bateaux : (i) tout droit de retransmettre et/ou de présenter, au moyen de tout support quel qu'il soit, du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé ou statique, ou audiovisuel, toute donnée et/ou tout contenu textuel directement ou indirectement lié à la compétition et/ou aux cérémonies liées à la compétition, en direct ou non, afin qu'ils soient captés et/ou présentés sur tout bateau sur les eaux internationales, à savoir les océans, mers et eaux du monde qui sont (a) hors des eaux territoriales de toute nation, (b) hors de toute juridiction nationale, et (c) considérés comme tels par le droit maritime international ; et (ii) tout droit d'exploiter l'ensemble des opportunités commerciales quelles qu'elles soient (y compris les opportunités de sponsoring de diffusion et d'espace publicitaire) découlant de et/ou liées à cette retransmission et à cette présentation.

Droit marketing : tout droit publicitaire, droit promotionnel, droit d'endorsement (ndlt : technique publicitaire faisant intervenir des personnalités connues), droit d'association, droit sur les prix et cadeaux publicitaires, droit marketing, droit de merchandising, droit d'octroi de licences, droit d'octroi de concessions, droit de sponsoring, droit d'hospitalité, droit de voyage et de tourisme, droit de billetterie, droit d'hébergement, droit de publication, droit sur les jeux de hasard ou les paris, droit sur la vente de détail, droit sur la musique et autres droits et/ou opportunités commerciales associées à la compétition et ce, quel que soit le support médiatique, pour autant qu'il ne s'agisse pas de droits médiatiques.

Droit médiatique fixe : tout droit de présenter, d'exploiter et/ou de distribuer du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé ou statique, ou audiovisuel, des données et/ou du contenu textuel (y compris le signal de base, c.-à-d. le signal vidéo de diffusion international continu, les multi-signaux, les signaux additionnels, la couverture unilatérale, le contenu d'archive, le signal audio et les commentaires) directement ou indirectement lié à la compétition et/ou aux cérémonies (ou une partie quelconque de celles-ci) liées à la compétition sur tout support d'information magnétique, électronique ou numérique (DVD, VHS, CD-Rom, etc.).

Droits d'exposition publique : (i) tout droit d'émettre, au moyen de quelque média que ce soit, tout contenu exclusivement audio, exclusivement visuel animé ou statique, ou audiovisuel, toute donnée et/ou tout texte lié à toute compétition et/ou cérémonie de la compétition (ou toute partie de celles-ci) aux fins de réception et de présentation intelligible au public de cinémas, bars, restaurants, stades, bureaux, sites de construction, derricks, navires, bus, trains, établissements de l'armée, établissements éducatifs, hôpitaux et de tout autre endroit ne constituant pas un lieu de résidence privé ; et (ii) tout droit d'organiser tout événement où un public peut visionner/écouter ces diffusions (qu'elles soient ou non ouvertes au grand public) ; et (iii) tout droit d'exploiter l'ensemble des opportunités commerciales (y compris, mais pas seulement, les droits d'entrée, de sponsoring, de merchandising, de sponsoring de diffusion et de fourniture) découlant de et/ou liées à ce type d'événement, de transmission et/ou d'exposition. Pour éviter toute interprétation contraire, les droits d'exposition publique ne couvrent pas les droits de retransmission à bord des avions.

Droits médiatiques : droit de reportage, d'enregistrement, de transmission et autre mode d'exploitation de tout contenu exclusivement visuel statique ou animé, de tout contenu exclusivement audio, de tout contenu audiovisuel, de tout texte et de toute donnée par quelque moyen que ce soit (déjà existant ou qui sera développé ou inventé à l'avenir), de tout aspect ou élément de la compétition sur quelque site que ce soit, en direct et/ou en différé, sur tout média et tout support, déjà connu (y compris les technologies des générations suivantes) ou inventé à l'avenir. Pour dissiper tout doute, le droit de diffuser et/ou de transmettre le signal audiovisuel de base (ou tout signal supplémentaire) et le droit de transmettre un commentaire radio de tout match de la compétition constituent un droit médiatique. Les droits médiatiques englobent le droit d'enregistrer, de créer et d'exploiter le film officiel de la compétition et/ou des produits et des programmes audiovisuels similaires et couvrent les droits médiatiques fixes, les droits de licence pour les retransmissions publiques, les droits de retransmission à bord des avions et les droits de retransmission à bord des bateaux.

Durée de la compétition : période commençant cinq jours avant le premier match de la compétition de l'équipe participante et se terminant sept jours après la finale de la compétition.

Équipe participante : toute équipe qui représente une association membre participante durant la compétition.

Équipement de jeu : collectivement, tout composant/élément (maillot, short et chaussettes) porté par les joueurs et les remplaçants des équipes participantes durant un match de la compétition.

Équipement spécial : tout article de l'équipement autre que les éléments de la tenue de jeu.

Équipement : tout élément ou article vestimentaire énuméré à l'annexe A du Règlement de l'équipement, dont les éléments de la tenue de jeu, les articles de l'équipement spécial et autres articles d'équipement.

Équipes de FIFA TV : équipes de télévision désignées et contrôlées par la division TV de la FIFA ou par ses mandataires et chargées de réaliser des images statiques et animées pendant la durée de la compétition dans chaque stade de la compétition, sur les sites officiels d'entraînement, dans les hôtels des équipes et dans tout espace médias des associations membres participantes pour les besoins multilatéraux de la FIFA et de ses détenteurs de droits médiatiques.

FIFA : Fédération Internationale de Football Association.

Hôtel d'une équipe : tout hôtel officiel (y compris ses abords), les hôtels d'équipe spécifiques au site et autres hôtels de la FIFA où une équipe participante est logée pendant la durée de la compétition.

Invité d'une association membre participante : tout représentant, employé, membre de la famille, entreprise, affilié ou tiers sous contrat avec une association membre participante, invité privé ou autre individu ou entité à qui une association membre participante attribue des billets pour la compétition.

Jour de match : tout jour calendaire lors duquel un match de compétition d'une équipe participante est programmé pendant la durée de la compétition.

Logo combiné : logo représentant à la fois l'emblème officiel de la compétition et l'emblème d'une association membre participante.

Marketing sauvage : toute tentative de toute entité d'obtenir une association commerciale non autorisée avec la compétition ou d'exploiter les biens incorporels et la publicité générés par la Coupe des Confédérations de la FIFA ou la FIFA d'une manière non autorisée par cette dernière.

Marque d'une association membre participante : tout symbole, emblème, logo, marque ou désignation détenu par une association membre participante, y compris leurs traductions et les permutations de leurs éléments constitutifs, qu'elles soient ou puissent être déposées ou non.

Marques de la compétition : les marques ci-après (dans toutes les langues) :

- la marque verbale « Coupe des Confédérations de la FIFA » (et ses équivalents dans toutes les langues, et toute permutation de ses éléments constitutifs, qu'elle soit ou non déposée ou puisse ou non l'être ;
- la marque verbale « Coupe des Confédérations » (et ses équivalents dans toutes les langues) ;
- l'emblème officiel de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 ;
- le trophée de la Coupe des Confédérations de la FIFA ; et
- les noms de la compétition (tels que définis ci-dessous).

Matches de la compétition : les seize matches de la compétition.

Membre de la délégation d'une équipe : joueurs, entraîneurs, managers, officiels, responsables des médias, représentants et invités d'une association membre participante.

Noms de la compétition : les appellations officielles suivantes de la compétition :

- la marque verbale « Coupe des Confédérations 2017 » (et ses équivalents dans toutes les langues) ; et
- la marque verbale « Coupe des Confédérations, Russie 2017 » (et ses équivalents dans toutes les langues).

Officiels de la FIFA : collectivement, (i) les employés de la FIFA et autres officiels de la FIFA ou personnes accréditées désignées par la FIFA ; (ii) le personnel du COL et autres officiels du COL ; (iii) tous les officiels de match désignés, dont les arbitres, arbitres assistants, quatrièmes officiels, cinquièmes officiels, et tout arbitre assistant supplémentaire ; et (iv) tout autre individu membre de la délégation de la FIFA ou du COL.

Partenaire FIFA : toute entité à laquelle la FIFA accorde le package mondial le plus complet en termes de droits publicitaires, marketing et promotionnels liés à la FIFA, à ses activités et aux compétitions organisées par elle ou sous son égide, y compris la compétition. Les Partenaires FIFA bénéficient du niveau d'association commerciale le plus élevé avec la FIFA et les compétitions organisées par celle-ci ou sous son égide.

Règlement de l'équipement : Règlement de l'équipement de la FIFA tel qu'approuvé par le Comité Exécutif de la FIFA au 25 septembre 2015 et potentiellement amendé par la FIFA de temps en temps.

Règlement de la compétition : « Règlement de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 » publié par la FIFA pour la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017. Ce règlement a force obligatoire et régit les droits, les devoirs et les responsabilités de toutes les associations membres participantes.

Réplique du trophée : copie quasiment indiscernable du trophée.

Site officiel d'entraînement : tout terrain d'entraînement mis à la disposition des équipes participantes des associations membres participantes par la FIFA et/ou le COL pour leur permettre de s'entraîner (y compris leurs équipements ou les équipements du terrain adjacent) excepté les stades de la compétition.

Sponsor de la Coupe du Monde de la FIFA™ : toute entité à laquelle la FIFA accorde le deuxième package mondial le plus complet en termes de publicité et de droits de marketing et promotionnels liés à la Coupe du Monde de la FIFA™ et à la Coupe des Confédérations de la FIFA.

Stade de la compétition : tout stade dans lequel sont programmés des matches de la compétition, y compris toute la surface délimitée par le périmètre de sécurité du stade.

Support numérique d'une association membre participante : tout support numérique utilisé ou administré par ou pour le compte d'une association membre participante.

Support numérique : tout moyen ou plate-forme médiatique ou de communication qui utilise ou permet de rendre du contenu numérique ou tout type d'interactivité (connue aujourd'hui où qui sera conçue, développée ou inventée ultérieurement), accessible au grand public ou en circuit fermé, à des fins personnelles ou commerciales, comprenant, sans s'y limiter, tout média ou plate-forme utilisant Internet, l'ordinateur, le téléphone mobile et/ou d'autres technologies numériques, plates-formes ou réseaux de distribution, d'affichage ou de communication, ou d'autres fonctionnalités, comme les plates-formes de médias sociaux que sont notamment Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Flickr, ou autres blogs, sites Internet, applications ou outils médiatiques similaires.

Supporter régional : toute entité à laquelle est accordé le troisième plus important package de droits publicitaires, promotionnels et marketing en relation avec la Coupe du Monde de la FIFA™ et la Coupe des Confédérations de la FIFA, ces droits étant exercés au niveau régional.

Territoire de la compétition : le territoire de la Fédération de Russie.

Trophée : trophée original de la Coupe des Confédérations de la FIFA remis par la FIFA au vainqueur de la compétition.

Zone sous contrôle : toute zone visée ci-après :

- (i) tout stade de la compétition ;
- (ii) tout site officiel d'entraînement ;
- (iii) tous les hôtels des équipes et les hôtels de la FIFA ;
- (iv) toutes les activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL ;
- (v) tout lieu où se déroulent des événements annexes (banquet de la FIFA, etc.) ;
- (vi) tout centre d'accréditation ; et
- (vii) toute zone accessible uniquement sur présentation d'une accréditation officielle pour la compétition (dont, entre autres, les vestiaires des équipes, les tribunes, les zones mixtes, les salles d'interview, les centres des médias et de la télévision et les salons VIP) et lieu où se tiennent les réunions officielles, les conférences de presse et les relations publiques de la FIFA ou du COL relatives à la compétition.

PRÉAMBULE : FINALITÉ DU RÈGLEMENT

1.1 Format de la compétition : la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 comprend uniquement une compétition finale entre les huit équipes participantes suivantes (déjà qualifiées ou prochainement qualifiées) :

- Australie vainqueur de la Coupe d'Asie des Nations de l'AFC 2015 ;
- membre de la CAF vainqueur de la Coupe d'Afrique des Nations de la CAF 2017 ;
- Mexique vainqueur de la Cup de la CONCACAF 2015 ;
- Chili vainqueur de la Copa América 2015 ;
- Nouvelle-Zélande vainqueur de la Coupe d'Océanie des Nations 2016 ;
- Portugal vainqueur de l'EURO 2016 de l'UEFA ;
- Allemagne vainqueur de la Coupe du Monde de la FIFA, Brésil 2014™ ; et
- Russie association membre hôte.

Le présent règlement Médias et Marketing régit (i) les modalités d'exploitation des droits commerciaux relatifs à la compétition et (ii) les modalités de protection des droits médiatiques et des droits marketing au profit de la FIFA et des associations membres.

1.2 Objet du présent règlement : au vu de l'aide financière permanente que les affiliés commerciaux et les détenteurs de droits médiatiques apportent à la Coupe des Confédérations de la FIFA et des montants substantiels que les susdits s'engagent à verser en contrepartie des droits qu'ils ont acquis, la FIFA a mis au point le présent règlement pour veiller, d'une part, à ce que toutes les associations membres participantes (ci-après : « AMP ») exercent correctement les droits commerciaux qui leur sont octroyés par la FIFA à l'exclusion de tout autre, et d'autre part, à ce qu'elles contribuent activement (de même que leurs partenaires commerciaux) à protéger les droits commerciaux de la compétition. À terme, la mise en œuvre adéquate du présent règlement profitera directement non seulement aux AMP, mais aussi à toutes les associations membres et au football.

PARTIE A : GÉNÉRALITÉS

PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS

2. Introduction

2.1 Propriété des droits : conformément au règlement de la compétition et en remettant au secrétariat général de la FIFA le formulaire officiel d'inscription à la compétition, les associations membres participantes reconnaissent que, conformément aux conditions générales stipulées dans le présent règlement, tous les droits médias, droits marketing, droits de la propriété intellectuelle ainsi que tous les autres droits commerciaux ou opportunités commerciales ou autres droits et opportunités (y compris tout titre et intérêt dans, et envers la compétition, dont tous les matches de compétition et tous les événements annexes organisés dans le cadre de la compétition), qu'ils existent ou qu'ils soient prochainement créés, doivent être, exclusivement et uniquement détenus et contrôlés, au niveau mondial, par la FIFA, qui est la fondatrice de la compétition et l'instance dirigeante du football mondial, et considérant également ses contributions en matière d'organisation, de logistique et de finances, son rôle et ses responsabilités dans le cadre de la compétition.

2.2 Coopération des associations membres participantes : en règle générale, toutes les associations membres participantes sont tenues d'observer scrupuleusement les conditions de participation de leur équipe représentative à la compétition telles que définies dans le présent règlement. Il incombe aussi aux associations membres participantes de veiller à ce que tous les membres de la délégation de leur équipe, leurs affiliés et autres tiers sous contrat avec elles respectent scrupuleusement le présent règlement. Elles doivent donc à ce titre leur en notifier sans délai la teneur. Il incombe aussi aux associations membres participantes de veiller à ce que leurs affiliés et tout tiers sous contrat avec elles respectent scrupuleusement tous les termes et conditions du présent règlement.

Toutes les associations membres participantes indemniseront, défendront et dégageront la responsabilité de la FIFA, du COL ainsi que de leurs officiels, directeurs, employés, représentants, agents et autres auxiliaires contre l'ensemble des responsabilités, obligations, pertes, dommages, pénalités, plaintes, actions, amendes et frais (y compris les frais de justice raisonnables) de quelque nature que ce soit, imputables à toute infraction de leur fait ou du fait des membres de la délégation de leur équipe, de leurs affiliés ou de tout tiers sous contrat avec elles du présent règlement.

2.3 Principe de base : **aucun tiers ne peut, sans l'autorisation de la FIFA, rien entreprendre en dehors de ce qui est autorisé par le présent règlement, qui soit de nature à l'associer à la compétition et/ou à la FIFA ou à exploiter directement ou indirectement les biens incorporels associés à la compétition, à l'une ou l'autre de ses phases, ou à la FIFA.**

Toute association membre participante avisera sans délai la FIFA par écrit de toute infraction au présent règlement dont elle aura connaissance.

2.4 Transfert de droits : dans la mesure où tout droit relatif à la compétition, à tout match de la compétition ou à tout événement annexe à la compétition organisé par la FIFA ou sous son égide peut, en vertu d'une loi ou d'un règlement local ou national, être détenu ou contrôlé par une confédération ou par une association membre participante (du fait qu'elle accueille, organise (pour ce qui est de l'association organisatrice) ou participe à un match de la compétition ou autre), ladite confédération, association membre organisatrice ou association membre participante confère et/ou transfère en vertu du présent règlement ledit droit gratuitement et à titre irrévocable à la FIFA, pour être librement exploité par elle, et renonce à toute prétention à l'exercer et/ou à l'exploiter elle-même ou à en céder le droit d'exercice à un tiers.

2.5 Marques des AMP : pour soutenir la mise en œuvre du présent règlement et conformément aux conditions générales stipulées ci-après, chaque association membre participante accorde à la FIFA, en vertu de celui-ci, le droit de faire usage et/ou de concéder, à perpétuité et gratuitement, de toute marque d'association membre participante et de toute représentation visuelle de l'équipement et de la tenue de jeu en relation avec la participation de l'association membre à la compétition.

Le droit de la FIFA de faire usage et/ou de concéder des licences dérivées de telles marques des AMP et de représentations visuelles de l'équipement et de la tenue de jeu est exclusif lorsqu'il concerne directement ou indirectement le tournoi, l'enregistrement et la diffusion des matches de la compétition par un quelconque média.

Le droit de la FIFA de faire usage et/ou de concéder des licences dérivées de telles marques des AMP et de représentations visuelles de l'équipement et de la tenue de jeu n'est pas exclusif concernant tout autre usage notamment dans le cadre de la promotion de la compétition, de publications sur support électronique ou imprimé, de jeux informatiques, de produits et services médiatiques, du merchandising ou de produits philatéliques ou numismatiques ou autres.

Dans tous les cas, la FIFA ne doit en aucune façon apporter de modifications à la version officielle des marques des AMP telles qu'elles sont déterminées par chaque AMP et ne doit pas utiliser les marques AMP d'une manière

- i) qui puisse impliquer qu'une AMP fasse de la publicité pour les produits ou les marques d'une entité commerciale telle qu'un affilié commercial ;
- ii) trompeuse ou mensongère ;
- iii) qui compromet ou reflète en défaveur le nom, les biens incorporels, la réputation l'impartialité politique ou religieuse et l'image de l'AMP ou
- iv) qui puisse mettre en danger ou limiter les intérêts de propriété de l'AMP dans le cadre de la marque de l'AMP.

À la seule exception de l'utilisation par la FIFA des marques d'AMP à des fins purement éditoriales sous toute forme, la FIFA

- i) n'utilisera pas isolément les marques/logos d'une association membre participante mais au contraire, toujours les associer à ceux d'au moins trois autres associations membres participantes ou à une marque de la compétition ; et
- ii) veillera à ce qu'aucune marque d'une association membre participante ne soit privilégiée par rapport à celle d'une autre association membre participante sur aucune marchandise ni article promotionnel.

2.6 Coopération et consentement de la délégation d'une équipe : pour soutenir la mise en œuvre du présent règlement, chaque association membre participante doit (i) veiller à ce que tous les membres de la délégation de son équipe participent à une séance de photos et de vidéos (dont les photographies et les images seront utilisées et/ou concédées en sous-licence par la FIFA conformément au reste du présent paragraphe) et (ii) veiller à obtenir de chaque membre de la délégation de son équipe, confirmation écrite qu'il autorise la FIFA à faire usage et/ou à concéder, irrévocablement et gratuitement, des licences dérivées de tous les enregistrements, noms, photographies et images (aussi bien statiques qu'animées) qui pourront être publiés ou produits dans le cadre de sa participation à l'une ou l'autre phase de la compétition (y compris, mais pas seulement,

les photographies des membres de la délégation de l'équipe prises aux fins de leur accréditation). La FIFA ne pourra utiliser les enregistrements, noms, photos et images (aussi bien statiques qu'animées) des membres des délégations des équipes en aucune façon qui puisse amener une quelconque association membre participante et/ou membre de la délégation d'une équipe à faire de la publicité pour les produits ou les marques d'une quelconque entité commerciale telle qu'un affilié commercial de la FIFA.

Le droit de la FIFA de faire usage et/ou de concéder des licences dérivées de tout enregistrement, nom, photographie et image est exclusif lorsqu'il se rapporte au tournage, à l'enregistrement et à la diffusion des matches de la compétition ou de tout produit médiatique officiel lié à la compétition ou à la FIFA tel que le film officiel de la FIFA, par un quelconque média.

Ce droit n'est pas exclusif concernant tout autre usage, que ce soit dans le cadre de la promotion de la compétition, de la publication sur un quelconque support (y compris, mais pas seulement, les supports électroniques ou imprimés, les signaux télévisés, à large bande, pour téléphones mobiles, les présentations sur écran géant, les images téléchargeables), des jeux informatiques, des produits et services médiatiques, du merchandising, des produits philatéliques et numismatiques ou de la promotion des produits et programmes médiatiques. La FIFA ne doit en aucun cas exercer ce droit d'une manière qui puisse amener un quelconque membre de la délégation d'une équipe à faire de la publicité pour les produits ou les marques d'une quelconque entité commerciale telle qu'un affilié commercial de la FIFA.

- 2.7 Coopération avec les médias : chaque association membre participante est tenue d'aider et de veiller à ce que chaque membre de sa délégation d'équipe aide du mieux possible la FIFA, les rédacteurs de FIFA.com désignés par la FIFA et les représentants des médias accrédités dans leurs activités médiatiques pendant la durée de la compétition.
- 2.8 Éditions à venir de la Coupe des Confédérations de la FIFA : pour soutenir l'exploitation des éditions à venir et pour accroître les contributions financières versées à l'ensemble des associations membres participantes, la FIFA peut modifier les dispositions du présent règlement relatives à l'exploitation des droits médiatiques et de marketing pour toutes les phases des éditions à venir de la compétition. Les associations membres veilleront à stipuler dans leurs accords avec leurs affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec elles, que les droits médiatiques et marketing sont retenus par la FIFA au titre des éditions à venir du règlement médias et marketing de la compétition.

3. Marques de la compétition

- 3.1 Propriété des marques de la compétition : la FIFA est propriétaire exclusif de toutes les marques de la compétition, et elle détient le droit exclusif de concevoir tout logo, marque et symbole de et/ou en relation avec la compétition (y compris chacune de ses phases).
- 3.2 Création de marques concurrentes interdite : aux fins (i) de garantir la cohérence de l'identité visuelle et de l'ambiance de la compétition et (ii) d'empêcher tout affilié ou tiers de pratiquer le marketing sauvage dans le cadre de la compétition, chaque association membre participante doit veiller à ce que ni elle, ni aucun de ses affiliés ou tiers sous contrat avec elle ne conçoive, n'utilise, ne fasse enregistrer, n'adopte ni ne crée aucune marque, logo ou symbole faisant référence à la compétition, dont la similitude avec les marques de la compétition pourrait, de l'avis de la FIFA, prêter à confusion ou qui constitue une imitation en couleur, une dérivation des marques de la compétition ou une concurrence déloyale pour celles-ci.

Chaque association membre participante convient en particulier de s'abstenir et de veiller à ce que ses affiliés et tout tiers sous contrat avec elle s'abstiennent de concevoir, utiliser ou faire enregistrer tout nom, logo, marque déposée, vignette, nom de marque, symbole, marque de service ou autre (déposée ou non) ou désignation pouvant raisonnablement être interprétés par le public comme une association à la FIFA, à la compétition ou au COL, tels que les termes et expressions « Confederations Cup », « Confed Cup », « FIFA », « Coupe des Confédérations », « Copa Confederaciones », « Copa das Confederacoes », « Confed » ou « Konföderationen-Pokal » (ou tout autre terme qui, de l'avis de la FIFA, est susceptible de créer une association avec la compétition dans toute autre langue), ou de concevoir, utiliser ou faire enregistrer toute date en relation avec le nom du pays organisateur, les sites ou les villes hôtes de la compétition, toute vignette similaire ou toute variante de ces termes ou de ces dates dans une quelconque langue.

- 3.3 Interdiction de contester les marques de la compétition : chaque association membre participante s'engage à ne pas s'opposer et à veiller à ce qu'aucun de ses affiliés ou tiers sous contrat avec elle ne s'oppose à une quelconque demande de dépôt de marque ou de copyright émanant de la FIFA, de ses affiliés commerciaux, autres affiliés, mandataires ou licenciés, en relation avec les marques de la compétition, ni ne cherche à annuler le dépôt de ces marques. Aucune association membre participante ne peut contester en aucune façon ni déposer aucune demande de copyright, de marque déposée ou de brevet, ni enregistrer aucun domaine se rapportant aux marques de la compétition, dès lors que ces démarches pourraient être préjudiciables aux intérêts de la FIFA comme propriétaire des marques de la compétition. Si un affilié d'une association membre participante ou un tiers sous contrat avec elle s'oppose à une demande de dépôt de marque ou de copyright émanant de la FIFA ou de ses affiliés, mandataires ou licenciés, en relation avec la compétition, l'association membre participante concernée doit veiller, en prenant toutes les mesures requises par la FIFA, à ce que ledit affilié ou tiers cesse immédiatement de faire obstruction à cette demande. Les dispositions du présent art. 3.3 ne s'appliquent pas aux marques de la compétition qui couvrent un droit de propriété intellectuelle appartenant à une association membre participante (ou à l'un de ses affiliés ou tiers sous contrat) déposé avant la publication du présent règlement.

4. Interdiction du marketing sauvage et autres infractions

- 4.1 Lutte contre les infractions : la compétition (et les droits commerciaux sur la compétition) peuvent perdre une grande partie de leur valeur commerciale si un affilié d'une AMP ou tout tiers sous contrat avec elle se livre au marketing sauvage. Cette pratique peut diminuer considérablement la capacité de la FIFA à verser une contribution financière à ses associations membres et entraîner une nette réduction de la dotation aux AMP. chaque association membre participante est par conséquent tenue de veiller à ce que ses affiliés ou tout autre tiers sous contrat (i) ne soient pas associés (ni ne cherchent à être associés) directement ou indirectement à la FIFA, à la compétition ou à toute autre compétition ou événement organisés par ou sous l'égide de la FIFA ou d'une confédération, (ii) n'exploitent pas les biens incorporels associés à la compétition, à la FIFA ou à toute autre compétition ou événement organisés par ou sous l'égide de la FIFA et (iii) respectent les dispositions du présent règlement sur l'usage des marques de la compétition.
- 4.2 Notification aux associations membres participantes : conformément à la pratique actuelle, la FIFA avisera une AMP si l'un de ses affiliés ou tout tiers sous contrat exerce une activité qu'elle considère comme contraire au présent règlement telle que (liste non exhaustive) :
- i) infraction aux droits de propriété intellectuelle de la FIFA ou

- ii) concours, loterie ou autre activité publicitaire ou promotionnelle non autorisée impliquant, visant à impliquer ou pouvant raisonnablement être interprétée comme impliquant l'usage de billets pour la compétition ou l'accès aux sites d'entraînement officiels ; ou
- iii) infraction aux restrictions d'activité des affiliés des associations membres participantes ou des tiers sous contrat avec elles visées dans le présent règlement ; ou
- iv) toute autre activité de marketing sauvage.

4.3 Champ d'application : les dispositions des précédents articles 4.1 et 4.2 s'appliquent même dans le cas où les activités constitutives de l'infraction n'ont pas de rapport direct avec l'association de l'affilié de l'association membre participante ou du tiers sous contrat avec cette dernière.

4.4 Cessation du marketing sauvage : sur notification écrite par la FIFA de toute activité de marketing sauvage ou de toute autre infraction imputable à l'affilié d'une association membre participante ou à un tiers sous contrat avec une association membre participante, ladite association membre participante prendra toutes les mesures requises par la FIFA pour veiller à ce que ledit affilié ou tiers sous contrat cesse immédiatement ses activités et à ce qu'il fournisse à la FIFA des garanties écrites de ce qu'il a cessé de pratiquer, et se gardera à l'avenir de pratiquer tout marketing sauvage et autre activité en infraction avec le présent règlement. La présente disposition s'applique également dans les cas où le marketing sauvage est le fait d'une entreprise affiliée à ou appartenant au groupe d'un affilié d'une association membre participante ou d'un tiers sous contrat.

4.5 Notification par les associations membres participantes : chaque association membre participante fera tout ce qui est en son pouvoir pour préserver le marché de la publicité dans son propre pays de toute activité de marketing sauvage et notifiera le cas échéant ces activités à la FIFA.

PARTIE B : COMPÉTITION

INTRODUCTION

5. Durée de validité du présent règlement : sauf mention contraire expresse dans le présent règlement, celui-ci est applicable pour toute la durée de la compétition sur le territoire de la compétition, aussi bien les jours de matches que les jours sans match.

EXPLOITATION DES DROITS MÉDIATIQUES

- 6.1 Droits exclusifs de la FIFA : la FIFA est propriétaire exclusif des droits d'exploitation de tous les droits médiatiques liés à la compétition. Ni les associations membres (c.-à-d. à la fois les associations membres participantes et les associations membres non participantes) ni l'association membre organisatrice ni les confédérations ni aucun tiers ne peut dans quelque mesure que ce soit, à aucun moment avant, durant ou après la compétition, exploiter les droits médiatiques sur la compétition ou une partie de ces droits.
- 6.2 Accès aux équipes participantes : à des fins de documentation de la compétition, il est prévu pendant la durée de la compétition que les équipes de FIFA TV filment et réalisent un minimum de deux interviews par jour par équipe participante. Pour aider la FIFA à documenter, couvrir et promouvoir la compétition, les associations membres participantes sont tenues d'aider et de veiller à ce que chaque membre de la délégation de leur équipe aide du mieux possible les équipes de FIFA TV ou les équipes de tournage désignées par FIFA TV dans leurs tâches respectives. La FIFA approchera les équipes participantes afin qu'elles se montrent coopératives. Chaque association membre participante désignera un membre de la délégation de son équipe pour faire le lien entre l'équipe participante et la FIFA. Chaque association membre participante concède à la FIFA, aux officiels de la FIFA, aux équipes de FIFA TV ou à leurs mandataires, sur leur demande raisonnable, le droit non exclusif d'accéder aux membres de son équipe participante et à tous les membres de la délégation de son équipe pour réaliser des interviews. Chaque association membre participante garantit à la FIFA, aux officiels de la FIFA, aux équipes de FIFA TV ou à leurs mandataires le droit d'accéder librement, à tout moment durant une période commençant cinq jours avant le premier match de la compétition de son équipe participante et s'achevant douze heures après le coup de sifflet final de la finale de la compétition ou du dernier match de son équipe participante, à toute zone de l'installation où ladite équipe s'entraîne et/ou séjourne et à toute zone où un match est organisé, y compris mais pas seulement les sites officiels d'entraînement, l'hôtel de l'équipe et tout espace médias de l'association membre participante.

En outre, chaque association membre participante coopèrera avec les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires pour organiser le transport des équipes de FIFA TV ou leurs mandataires, directement avec la délégation de l'équipe ou dans son convoi.

L'accès aux vestiaires de l'équipe participante sur les sites officiels d'entraînement et dans le stade de la compétition sera octroyé sur autorisation exclusive des membres de la délégation de l'équipe compétents, sachant que les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation de l'équipe doivent primer. Néanmoins, chaque association membre participante doit s'assurer que les membres de la délégation de son équipe soient disponibles à l'intérieur ou à l'extérieur des vestiaires de l'équipe participante sur les sites officiels d'entraînement et dans les stades de la compétition pour des interviews d'après-match ou d'après-entraînement, sur demande raisonnable de la FIFA, des officiels de la FIFA, des équipes de FIFA TV ou de leurs mandataires.

- 6.3 Matériel filmographique officiel de la FIFA : la FIFA a le droit exclusif de produire, enregistrer, exploiter et distribuer le matériel filmographique à toute fin commerciale et non commerciale, y compris mais pas seulement les documentaires relatifs à la compétition et/ou à la participation d'une association membre participante, de son équipe participante et de tous les membres de la délégation de son équipe à la compétition.

Indépendamment du droit d'utiliser des images animées ou statiques de matches de la compétition à des fins non commerciales sous réserve de l'approbation de la FIFA, les associations membres participantes ne produiront, n'enregistreront, n'exploiteront et/ou ne distribueront pas – et veilleront à ce qu'aucun membre de leur délégation ni aucun tiers ne produise, n'exploite et/ou ne distribue – de contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé ou statique, ou audiovisuel, toute donnée et/ou tout contenu textuel de et/ou lié à la FIFA, à la compétition et/ou à une cérémonie relative à la compétition, ou se rapportant à la participation d'une association membre participante à la compétition, dont son équipe participante et tous les membres de sa délégation, à toute fin commerciale ou non commerciale, sans le consentement écrit préalable de la FIFA. Dans de tels cas, au moment du séminaire des équipes organisé par la FIFA avant la compétition, l'association membre participante sera tenue d'informer la FIFA par écrit et en détail de tout projet, plan ou initiative de ce type pour qu'elle puisse l'évaluer et l'approuver ou non. Toute approbation doit revêtir la forme écrite.

Longtemps avant la compétition, la FIFA publiera des directives régissant la production de matériel filmographique par les membres des délégations des équipes.

EXPLOITATION DES DROITS MARKETING

- 7 Droits exclusifs de la FIFA : la FIFA est propriétaire exclusif des droits d'exploitation de tous les droits marketing liés à la compétition. Ni les associations membres (c.-à-d. à la fois les associations membres participantes et les associations membres non participantes) ni l'association membre organisatrice ni les confédérations ni aucun tiers ne peut dans quelque mesure que ce soit, à aucun moment avant, durant ou après la compétition, exploiter les droits marketing sur la compétition ou une partie de ces droits.

ÉQUIPEMENT, AUTRES ÉLÉMENTS ET BOISSONS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE

- 8.1 Règlement de l'équipement : les associations membres participantes doivent se conformer en tout point au règlement de l'équipement en vigueur pendant la durée de la compétition. Comme le permet l'art. 74 du Règlement de l'équipement (édition du 25 septembre 2015) ou comme le permettrait une nouvelle version du Règlement de l'équipement qui serait publiée ultérieurement, dans le cas d'une quelconque divergence du présent règlement avec le Règlement de l'équipement, le présent règlement prévaudra sur les dispositions du Règlement de l'équipement et, dans un tel cas, les dispositions en question du Règlement de l'équipement seront amendées en conséquence. En droite ligne du principe des sites de compétition de la FIFA « exempts de publicité », les règles complémentaires ci-après s'appliquent à l'équipement dans les zones sous contrôle (y compris « l'enceinte intérieure ») pendant toute la durée de la compétition :

- (i) Équipement : Toute restriction du Règlement de l'équipement de la FIFA concernant l'équipement est également réputée s'appliquer à tout vêtement, équipement spécial tel que les éléments portés sous la tenue de jeu, tout autre élément d'équipement et tout vêtement porté à la place de la tenue de jeu, y compris aux maillots et aux

vêtements « de fête » portés et/ou arborés par les membres de la délégation d'une équipe pendant un match de compétition ou à son issue.

- (ii) Sacs et autres éléments : tout sac et/ou autre élément utilisé ou appartenant aux membres de la délégation qui est introduit dans un stade de la compétition (y compris au niveau du terrain (ou de l'« arène » du stade) et toutes les zones des médias dont la zone mixte) les jours de match et/ou les jours sans match doit être exempt de toute autre marque que (i) l'emblème officiel de l'association membre participante (conformément aux conditions stipulées dans le Règlement de l'équipement qui s'applique en conséquence) et (ii) le logo du fabricant. Le logo en question ne doit pas dépasser 25cm². Aucun autre logo n'est autorisé sur un tel sac ou autre élément ;
- (iii) Tenue de cérémonie : tout élément de la tenue de cérémonie (cravate, chemise, costume, etc.) porté par les membres de la délégation d'une équipe dans une zone sous contrôle doit être totalement exempt de toute autre marque (commerciale ou de fabrication) d'un tiers (aussi bien cousue qu'attachée séparément) que l'emblème de l'association membre participante à laquelle ils appartiennent. La même restriction s'applique à la fois aux éléments de la tenue de cérémonie et de l'équipement spécial si ceux-ci sont portés simultanément ;
- (iv) Présentation des éléments d'équipement à la FIFA : en vertu du Règlement de l'équipement, les associations membres participantes sont tenues de présenter à la FIFA, pour approbation, un échantillon de tous les éléments d'équipement (tenue de jeu, équipement spécial et autres éléments) qui seront utilisés par les membres de la délégation de leur équipe dans les zones sous contrôle pendant la durée de la compétition.

La FIFA invitera toutes les associations membres participantes à lui présenter, afin d'obtenir son avis, tout élément d'équipement, à la seule exception de tout élément de la tenue de cérémonie (cravate, costume, chemise, etc.) destiné à être porté par les membres de la délégation d'une équipe dans une zone sous contrôle pendant la durée de la compétition, ainsi que tout élément d'équipement spécial et autre vêtement qui sera utilisé par tous les membres de la délégation d'une équipe pendant la durée de la compétition. Ces « journées de présentation de l'équipement » doivent être organisées bien avant la compétition.

Par la suite, selon l'avis émis, le cas échéant, par la FIFA lors de cette journée, chaque association membre participante soumettra à la FIFA, pour approbation, un échantillon de tous les autres éléments destinés à être portés par les membres de la délégation de son équipe dans la zone sous contrôle pendant la durée de la compétition, à savoir tous les éléments de la tenue de jeu, éléments de l'équipement spécial et autres vêtements portés à la place de la tenue de jeu (y compris tout élément « de fête ») et toute tenue de cérémonie. La FIFA notifiera aux associations membres participantes la date limite de présentation de ces éléments.

8.2 Publicité interdite sur l'équipement : sauf disposition contraire du Règlement de l'équipement ou du présent règlement, il est interdit aux membres de la délégation d'une équipe d'arborer :

- (i) des messages ou slogans à caractère commercial, politique, religieux ou personnel dans quelque langue que ce soit ;
- (ii) toute marque déposée ; et/ou

- (iii) toute marque de fabrication ou nom d'aucune sorte

sur leur équipement de jeu, équipement spécial, autres éléments d'équipement, tenue de cérémonie, autre vêtement porté à la place de l'équipement de jeu ou autres utilisés (y compris, mais pas seulement, les sacs, sacs à ballon, récipients pour les boissons et trousse médicales) ou sur leur corps, aussi longtemps qu'ils se trouvent dans une zone sous contrôle les jours de match (pour les associations membres participantes qui disputent le match de la compétition en question) et les jours sans match. Cette disposition s'applique à tous les effets personnels (y compris les couvre-chefs, les sacs et les bagages) portés par les membres de la délégation d'une équipe ou en leur possession.

8.3 Équipement technique : le coordinateur général de la FIFA fournira à chaque équipe participante, à son arrivée sur le territoire de la compétition, les articles suivants, à utiliser pendant toute la durée de la compétition :

- (i) 2 malles de premiers secours ;
- (ii) 4 porte-bouteilles en plastique ;
- (iii) 4 glacières ;
- (iv) 50 bouteilles en plastique pour les boissons ;
- (v) 3 x 2 brassards de capitaine aux couleurs contrastées ;
- (vi) des sacs à ballons ; et
- (vii) des ballons officiels de la compétition.

Pendant la durée de la compétition, une fois qu'une équipe participante est arrivée dans un stade de la compétition pour un match de la compétition ou une séance d'entraînement officielle, le coordinateur général de la FIFA lui fournira en quantité suffisante des chasubles d'échauffement/d'entraînement (présentant exclusivement les marques de la FIFA, de FIFA.com et/ou de la compétition). Seuls ces chasubles doivent être portées, à l'exclusion de toute autre chasuble comportant une marque ou non, et aucune marque ne peut être ajoutée aux chasubles d'échauffement/d'entraînement fournies par la FIFA. Les équipes participantes doivent retourner ces chasubles à l'issue de chaque match de la compétition ou séance d'entraînement officielle.

À la seule exception des entraînements sur les sites officiels d'entraînement lors desquels les membres des délégations des équipes sont autorisés à utiliser leur propre équipement technique fourni par les affiliés non commerciaux, les membres des délégations des équipes ne doivent utiliser aucun article identique ou analogue à ceux de l'équipement technique dans les zones sous contrôle. L'exception susmentionnée ne s'applique pas aux séances officielles d'entraînement organisées dans un stade de la compétition. Dans tous les cas, pendant toute séance d'entraînement organisée sur le site d'entraînement officiel et pendant toute séance d'entraînement officielle organisée dans un stade de la compétition, les membres de la délégation de l'équipe doivent utiliser exclusivement le ballon officiel de la compétition tel que fourni par un affilié commercial.

8.4 Consommation de boissons dans les zones sous contrôle : les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Fourniture de boissons : les associations membres participantes reçoivent des produits de la marque Coca-Cola et notamment de l'eau et des boissons sportives à

consommer dans les zones sous contrôle. La quantité de boissons fournies est déterminée par la FIFA.

Les associations membres participantes qui souhaitent consommer des boissons d'une autre marque doivent impérativement les stocker ou les conditionner dans les bouteilles fournies par la FIFA au titre de l'équipement technique visé au précédent art. 8.3 avant d'arriver dans la zone sous contrôle ; et

- (ii) Boissons concurrentes interdites : il est expressément interdit aux associations membres participantes d'introduire des boissons de marques concurrentes de Coca-Cola ou Anheuser Busch InBev dans les zones sous contrôle telles que les vestiaires, les zones latérales dans les stades de la compétition, les salles d'activités médiatiques de la FIFA/du COL, les zones mixtes, les salles d'interviews ainsi que les centres des médias et de la télévision, à moins que ces produits ne soient préalablement conditionnés dans les récipients neutres fournis par la FIFA.

RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES SITES OFFICIELS D'ENTRAÎNEMENT

9. Sites officiels d'entraînement : sauf disposition contraire explicite du présent art. 9, tous les termes et les conditions du précédent art. 8 s'appliquent également à tous les sites officiels d'entraînement tandis que :

- (i) Publicité interdite : la seule publicité autorisée sur les sites officiels d'entraînement est celle des affiliés commerciaux de la FIFA, qui sera installée par la FIFA à sa seule convenance. Les associations membres participantes ne sont pas autorisées à afficher, à organiser l'affichage ni à autoriser la distribution de matériel publicitaire ou promotionnel sur les sites officiels d'entraînement ; nonobstant ce qui précède, les conditions générales de l'art. 11, al. 3iv s'appliquent aux activités médiatiques des AMP sur les sites officiels d'entraînement ;
- (ii) Consommation de boissons : les restrictions relatives à la consommation de boissons visées au précédent art. 8.4 s'appliquent également aux entraînements qui ont lieu sur les sites officiels d'entraînement.
- (iii) Spectateurs et billetterie : tous les entraînements sur les sites officiels d'entraînement sont contrôlés par la FIFA et le COL. Il est interdit aux associations membres participantes, à leurs affiliés, ou à tout tiers sous contrat avec elles de se livrer à toute action publicitaire auprès des spectateurs qui assistent à un entraînement sur un site officiel d'entraînement. Ni les associations membres participantes, ni leurs affiliés, ni aucun autre tiers ne peut vendre ou distribuer sous quelque forme commerciale ou non commerciale que ce soit des billets pour les entraînements sur les sites officiels d'entraînement.
- (iv) Marque des sponsors sur les maillots destinés à l'entraînement et les chasubles d'échauffement/entraînement : sans préjudice des dispositions du précédent art. 8.1, tous les maillots destinés à l'entraînement, éléments supplémentaires de l'équipement et chasubles d'échauffement/entraînement portés par les membres des délégations des équipes sur des sites officiels d'entraînement peuvent comporter la marque des affiliés des associations membres participantes ou de tout tiers sous contrat avec elles.

- (v) Ventes de nourriture et de boissons : à l'exception des arrangements de la FIFA avec les affiliés commerciaux de la FIFA, les associations membres participantes ne peuvent conclure aucun arrangement avec des tiers pour la vente de nourriture et de boissons sur les sites officiels d'entraînement.
- (vi) Ventes de produits promotionnels : excepté dans le cadre des arrangements de la FIFA ou de tiers désignés par la FIFA avec les détenteurs de licence officiels, aucune marchandise de tiers ni autre produit sous licence ne peut être mis en vente ni distribué sur les sites officiels d'entraînement.
- (vii) Activités médiatiques : chaque association membre participante est tenue d'aider et de veiller à ce que chaque membre de sa délégation d'équipe aide du mieux possible la FIFA dans ses activités médiatiques sur les sites officiels d'entraînement dans le cadre de toutes les séances d'entraînement tenues pendant la durée de la compétition, conformément aux conditions générales suivantes :
 - a. les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation de l'équipe priment dans tous les cas ;
 - b. au début de chaque séance d'entraînement, l'association membre participante accordera aux officiels de la FIFA concernés et aux représentants des médias accrédités, quelle que soit leur nationalité, l'accès aux zones réservées aux médias sur le site officiel d'entraînement pour une durée de quinze minutes ;
 - c. les officiels de la FIFA ou représentants des médias ne seront en aucun cas autorisés à pénétrer sur le terrain avant, pendant ou après une séance d'entraînement de ce type ; et
 - d. chaque équipe participante informera la FIFA par écrit, au moins vingt-quatre heures à l'avance, de toute intention d'interdire aux officiels de la FIFA et aux représentants des médias accrédités l'accès à une séance d'entraînement après les quinze minutes imposées.

RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES HÔTELS DES ÉQUIPES

10. Hôtels des équipes : sauf disposition contraire explicite du présent art. 10, tous les termes et les conditions du précédent art. 8 s'appliquent à tous les hôtels des équipes, tandis que :
- (i) Publicité interdite : les associations membres participantes ne sont pas autorisées à afficher, organiser ni tolérer l'affichage de matériel publicitaire ou promotionnel dans les hôtels des équipes, aux abords desdits hôtels ni dans les zones en libre accès à l'intérieur de ces hôtels (telles que le hall d'entrée) ;
 - (ii) Marque des sponsors sur les maillots destinés à l'entraînement : sans préjudice du précédent art. 8.1, tous les maillots destinés à l'entraînement et les éléments supplémentaires de l'équipement portés par les membres des délégations des équipes dans les hôtels des équipes peuvent comporter les marques des affiliés des associations membres participantes.

- (iii) Activités de tournage vidéo de la FIFA : sur demande raisonnable, la FIFA, les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires disposeront d'une salle dans l'hôtel de l'équipe à des fins exclusives de réalisation d'interviews.
- (iv) Assistance hébergement : chaque association membre participante coopèrera avec la FIFA pour assurer un hébergement suffisant pour les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires dans les sections de l'hôtel de l'équipe utilisée par le personnel d'encadrement de l'association membre participante (sécurité, COL, agents de liaison, etc.), en sachant que les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation de l'équipe doivent primer.
- (v) Activités médiatiques : chaque association membre participante est tenue d'aider et de veiller à ce que chaque membre de sa délégation d'équipe aide raisonnablement la FIFA dans ses activités médiatiques sur les hôtels des équipes, en sachant que les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation de l'équipe doivent toujours primer.

ACTIVITÉS DES ASSOCIATIONS MEMBRES PARTICIPANTES SUR LE TERRITOIRE DE LA COMPÉTITION

- 11.1 Affichage et distribution de matériel promotionnel : sauf disposition contraire ci-après, les associations membres participantes ne sont pas autorisées à utiliser, afficher ou distribuer un quelconque contenu ni à exercer une quelconque activité pouvant servir à identifier et/ou promouvoir un quelconque tiers dans les zones sous contrôle. Elles doivent veiller à ce que les membres de la délégation de leur équipe respectent également cette interdiction. Il leur est notamment interdit :
- (i) de distribuer dans les zones sous contrôle, sans l'autorisation écrite préalable de la FIFA, des guides à l'usage des médias ou toute autre publication qui permette aux affiliés des associations membres participantes ou à tout tiers sous contrat avec elles, de s'associer à la FIFA et/ou à la compétition ; ou
 - (ii) de vendre ou autoriser la vente ou la distribution de nourriture et de boissons dans l'enceinte des zones sous contrôle ; ou
 - (iii) vendre ou autoriser la vente ou la distribution de toute marchandise (copies de la tenue de l'équipe, ballons, cadeaux, etc.) dans les zones sous contrôle ; ou
 - (iv) d'afficher tout matériel publicitaire ou toute marque (arrière-plans, signalisation, produits et services, etc.) ayant un lien avec leurs affiliés ou toute autre entité commerciale dans les zones sous contrôle, excepté :
 - a) les hôtels des équipes ; et
 - b) les sites officiels d'entraînement extérieurs au stade durant les entraînements de leur équipe participante.
- 11.2 Activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL : toutes les associations membres participantes doivent respecter les dispositions ci-après lors des activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL :
- (i) tout matériel publicitaire ou de marque pouvant avoir un lien avec un quelconque tiers (y compris les affiliés des associations membres participantes ou tout tiers sous contrat avec elles) est interdit lors des activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL. Cette restriction s'étend de manière non limitative aux arrière-plans, à la

signalisation, aux produits, aux services, et (sauf disposition contraire du Règlement de l'équipement ou des précédents art. 8.1 à 8.5 du présent règlement) aux marques sur l'équipement, autres vêtements ou équipement supplémentaire portés ou utilisés par les joueurs et autres membres des délégations des équipes ;

- (ii) les guides à l'usage des médias et autres publications ne peuvent être distribués par une association membre participante, ses affiliés et/ou un quelconque tiers, directement ou en leur nom, lors d'une quelconque activité médiatique officielle de la FIFA/du COL, sauf approbation préalable de la FIFA ;
- (iii) les joueurs et les autres membres des délégations des équipes ne doivent en aucun cas faire verbalement référence à :
 - un affilié d'une association membre participante ni un tiers sous contrat avec une association membre participante ; ou
 - un sponsor d'un membre de la délégation d'une équipe ; ou
 - une autre entité commerciale.

Dans le cadre de chacun de ses matches de la compétition, chaque association membre participante est tenue de tenir au moins deux activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL dans le stade de la compétition dans lequel elle doit disputer un match de la compétition comme suit :

- (i) la veille du match, l'association membre participante doit garantir la présence de l'entraîneur en chef de l'équipe participante et d'au moins un joueur devant faire partie du onze de départ de l'équipe participante pour le match de la compétition concerné ; et
- (ii) le jour du match de la compétition, à l'issue du match, l'association membre participante doit garantir la présence de l'entraîneur en chef de l'équipe participante ainsi que du joueur à qui la distinction « Homme du Match » a été décerné dans le cadre du match de la compétition concerné ;

de plus, le jour du match de la compétition, à l'issue du match, chaque association membre participante doit s'assurer (i) que tous les membres de la délégation de son équipe soient disponibles pour demandes d'interview dans la zone mixte ; et (ii) que des joueurs choisis et l'entraîneur en chef soient disponibles pour des interviews individuelles d'après-match avec des représentants des détenteurs de droits médias de la FIFA dans d'autres zones du stade de la compétition.

11.3 Activités médiatiques des AMP : afin qu'aucune association membre participante n'enfreigne la réglementation locale contre le marketing sauvage, et afin de ne pas enfreindre le présent règlement, les restrictions stipulées à l'article 11.2 ci-dessus s'appliquent également à toutes les activités médiatiques des AMP hors des zones sous contrôle.. Au sujet de ces activités médiatiques des AMP hors des zones sous contrôle, les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Arrière-plans de presse : l'arrière-plan installé derrière les membres des délégations des équipes lors des activités médiatiques des AMP peut comporter de la publicité et/ou des marques de tiers (tels que les affiliés des AMP), mais cette publicité et/ou ces marques :

- a) ne doivent en aucun cas, de l'avis de la FIFA, donner lieu à une association de ces tiers à la FIFA et/ou à la compétition (voire à certaines parties de celle-ci) ; et
- b) ne doivent pas reproduire les marques de la compétition ni une quelconque autre référence à la FIFA ou à la compétition (ou à certaines parties de celle-ci) ; et
- c) doivent mettre en évidence l'emblème de l'association membre participante ; et
- d) doivent indiquer la nature de la relation qui existe entre ce tiers et l'association membre participante (par ex. « sponsor officiel de l'association membre participante »).

Tout arrière-plan de presse utilisé par une association membre participante en dehors des zones sous contrôle pendant la durée de la compétition nécessite l'autorisation écrite préalable de la FIFA ;

- (ii) Lieu : excepté aux conditions visées aux paragraphes iii et iv ci-après, aucune activité médiatique d'AMP ne peut avoir lieu dans les zones sous contrôle ;
- (iii) Hôtels des équipes : les associations membres participantes sont autorisées à tenir des activités médiatiques d'AMP dans une salle réservée à cet effet dans les hôtels des équipes sans préjudice des autres dispositions du présent art. 11.3. Cette salle doit être différente du hall d'entrée de l'hôtel de l'équipe et ce qui se passe à l'intérieur ne doit pas pouvoir être visible du hall d'entrée. Il est strictement interdit aux associations membres participantes de tenir des activités médiatiques d'AMP en tout autre lieu de l'hôtel de l'équipe ; et
- (iv) Sites officiels d'entraînement : les associations membres participantes sont autorisées à tenir des activités médiatiques d'AMP aux endroits désignés par la FIFA dans une salle fermée mise à disposition dans l'enceinte des sites officiels d'entraînement, sous réserve qu'ils soient conformes aux autres dispositions du présent art. 11.

11.4 Utilisation de supports numériques par les membres des délégations des équipes : afin de protéger la vie privée des membres des délégations des équipes, de tous les membres de la délégation de l'équipe adverse, de tous les officiels de la FIFA, l'intégrité du sport, de la FIFA et de la compétition ainsi que l'intégrité des droits marketing et médias de la FIFA, chaque association membre participante doit s'assurer que tous les membres de la délégation de son équipe qui mettent en ligne du contenu sur un support numérique respectent les conditions générales suivantes concernant toute forme de contenu relatif à leurs expériences personnelles dans la compétition, à la compétition en général ou à toute information y afférente :

- (i) il est strictement interdit aux membres de la délégation d'une équipe de mettre en ligne tout contenu de ce type pendant leur présence dans une zone sous contrôle, sauf dans l'hôtel de l'équipe ;
- (ii) tout contenu mis en ligne doit être exclusivement limité à l'expérience personnelle du membre de la délégation de l'équipe à l'égard de la compétition. Sans limiter la généralité de ce qui précède, il est interdit de mettre en ligne des interviews d'autres

membres de la délégation de l'équipe, de membres de la délégation de l'équipe adverse ou d'officiels de la FIFA, ou des histoires les concernant ;

- (iii) les membres de la délégation d'une équipe ne peuvent révéler d'information confidentielle ou privée liée à une tierce personne, notamment toute information susceptible de compromettre la sécurité, la tenue ou l'organisation de la compétition, la sécurité de toute association membre participante ou celle de sa délégation, ou encore la vie privée de tout autre membre de la délégation de l'équipe, de membres de la délégation de l'équipe adverse ou d'officiels de la FIFA ;
- (iv) tout contenu mis en ligne doit demeurer conforme à l'esprit du fair-play, respecter la dignité et être de bon goût ;
- (v) sauf indication contraire expresse dans la sous-section v ci-après, les membres de la délégation d'une équipe ne doivent pas utiliser de marques de la compétition. Les membres de la délégation d'une équipe peuvent utiliser sur leur page de média social ou leur blog :
 - la marque verbale « Coupe des Confédérations de la FIFA » (et ses équivalents dans toutes les langues, et toute permutation de ses éléments constitutifs, qu'elle soit ou non déposée ou puisse ou non l'être ;
 - la marque verbale « Coupe des Confédérations » (et ses équivalents dans toutes les langues) ; et
 - tout autre mot en relation avec la FIFA,

toujours sous réserve que le mot « FIFA » et d'autres mots en relation avec la Coupe des Confédérations de la FIFA ne soient pas associés à une tierce partie ou aux produits ou services d'une tierce partie et qu'ils ne soient aucunement utilisés à des fins commerciales ;

- (vi) il est interdit aux membres de la délégation d'une équipe d'inclure de référence commerciale en rapport avec le contenu mis en ligne sur leur propre support numérique. Cela implique notamment qu'aucune possibilité de publicité ou sponsoring ne peut être proposée et/ou vendue à des tierces parties en relation avec du contenu lié à la FIFA ou à la compétition ;
- (vii) les membres de la délégation d'une équipe peuvent publier du contenu lié à la FIFA ou à la compétition sur tout support numérique de tierces parties sous réserve que, selon la FIFA, aucune association ne soit faite entre, d'une part, ces tierces parties, tout produit ou entreprise et, d'autre part, du contenu lié à la FIFA ou à la compétition, et sous réserve que ce contenu ne soit utilisé à aucune fin commerciale ;
- (viii) les membres de la délégation d'une équipe doivent s'abstenir d'utiliser et également faire en sorte qu'aucune tierce partie n'utilise pour toute forme de marketing sauvage tout contenu lié à la FIFA ou à la compétition mis en ligne ;
- (ix) les membres de la délégation d'une équipe ne peuvent s'engager dans aucun accord commercial ou non commercial exclusif avec quelque tierce partie que ce soit pour la mise en ligne de contenu lié à la FIFA ou à la compétition ;

- (x) il est interdit aux membres de la délégation d'une équipe d'établir ou d'utiliser de noms de domaine comportant les mots « FIFA » ou « Coupe des Confédérations », ou toute permutation de ceux-ci. Pendant la durée de la compétition, les membres de la délégation d'une équipe peuvent créer des sous-domaines faisant référence à la compétition, tels que [nom_de_domaine].com/confederationscup ;
- (xi) Afin de faciliter l'accès aux informations pertinentes de la FIFA, les membres de la délégation d'une équipe mettant en ligne du contenu lié à la FIFA ou à la compétition, répondant aux exigences du présent règlement, sont encouragés à renvoyer leur blog vers FIFA.com, site officiel de la FIFA.

Chaque association membre participante doit informer les membres de la délégation de son équipe que lorsque les membres de la délégation de l'équipe choisissent de rendre publique leurs opinions ou déclarations sur un support numérique, il leur incombe d'assumer l'entière responsabilité de leur propos. Ils peuvent en effet être personnellement responsables de tout commentaire jugé diffamatoire, obscène ou portant atteinte à la propriété individuelle.

11.5 Appareils enregistreurs personnels : les associations membres participantes doivent veiller à ce que les membres de la délégation de leur équipe n'utilisent, ni n'autorisent des tiers à utiliser aucun film enregistré avec leurs appareils personnels dans les zones sous contrôle (excepté l'hôtel de leur équipe) à des fins de distribution, de diffusion et/ou de transmission via quelque média que ce soit. L'octroi de licences d'utilisation de ces films est également interdit. Les associations membres participantes doivent également s'abstenir d'utiliser et interdire l'utilisation, dès lors qu'elles en ont connaissance, de tout appareil enregistreur dans les zones sous contrôle (excepté l'hôtel de leur équipe).

11.6 Stades de la compétition : les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Publicité interdite : la seule publicité autorisée dans les stades de la compétition est celle des affiliés commerciaux, qui sera installée par la FIFA. Les associations membres participantes ne sont pas autorisées à afficher, organiser l'affichage ni autoriser la distribution de matériel publicitaire ou promotionnel de quelque nature que ce soit dans les stades de la compétition.
- (ii) Équipement technique et boissons : les restrictions relatives à l'équipement technique visées au précédent art. 8.3 et celles relatives aux boissons (art. 8.4) s'appliquent également dans les stades de la compétition ;
- (iii) Spectateurs : tous les entraînements dans les stades de la compétition sont contrôlés par la FIFA et le COL. Il est interdit aux associations membres participantes, à leurs affiliés et/ou à tout autre tiers sous contrat avec elles de se livrer à toute action publicitaire auprès des spectateurs qui assistent à un entraînement dans un stade de la compétition. Ni les associations membres participantes ni leurs affiliés ni aucun autre tiers ne peut vendre de billets pour les entraînements qui ont lieu dans les stades de la compétition.

11.7 Transport : les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Bus à la disposition des équipes : chaque association membre participante se voit allouer un car consacré exclusivement au transport de son équipe participante pendant la durée de la compétition. Elle doit s'assurer que ce car est l'unique moyen

de locomotion utilisé par les joueurs et les officiels de son équipe participante pour tous les événements relatifs à la compétition (allers et retours aux matches de la compétition, aux entraînements et/ou aux cérémonies officielles, etc.). Excepté les marques des affiliés commerciaux et les slogans approuvés par la FIFA (par exemple les messages de supporters), aucun matériel promotionnel d'aucun tiers (y compris les affiliés commerciaux des associations membres participantes ou tout autre tiers sous contrat avec elles) ne peut être affiché sur le car ni à l'intérieur de celui-ci.

- (ii) Autres véhicules : tout autre véhicule utilisé par les associations membres participantes et/ou tout membre de la délégation de leur équipe pour entrer dans un zone sous contrôle doit être exempt de toute autre marque que (i) sa marque de fabrication, (ii) les marques des affiliés commerciaux et les slogans approuvés par la FIFA et (iii) les marques de la compétition ou de la FIFA. Les associations membres participantes et/ou les membres de la délégation de leur équipe ne sont pas autorisés à retirer ces marques d'un autre véhicule. Aucun matériel promotionnel d'un tiers tel qu'un affilié d'une association membre participante ou un tiers sous contrat avec une association membre participante ne doit être affiché sur le véhicule ni à l'intérieur de celui-ci.
- (iii) Logistique de FIFA TV : afin d'aider la FIFA pour la logistique des équipes de FIFA TV, chaque association membre participante doit coopérer avec la FIFA, les officiels de la FIFA et les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires pour assurer le transport au sol et aérien, de préférence en avec la délégation de l'équipe dans une partie de l'avion ou du bus de l'équipe utilisée pour le personnel d'encadrement de l'association membre participante (sécurité, COL, officiels de liaison, etc.) ou dans d'autres véhicules utilisés par l'association membre participante et se joignant au convoi de la délégation de l'équipe. Dans tous les cas, il sera reconnu que les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation de l'équipe doivent primer.

- 11.8 Matches amicaux : en vertu des dispositions de l'art. 22 du règlement de la compétition, toutes les associations membres participantes sont libres d'organiser des matches amicaux/de préparation avant la compétition sur le territoire de la compétition et d'y participer, sous réserve qu'aucun lien ne soit établi entre ces matches amicaux/de préparation et la compétition, ce qui signifie qu'aucune marque de la compétition ne peut être utilisée et que toute référence descriptive à la participation de l'association membre participante à la compétition finale (telle que « En route pour... ») doit être bannie du matériel marketing, publicitaire ou promotionnel relatif aux matches amicaux/de préparation..

RÈGLEMENT DU TROPHÉE

- 12.1 Conditions d'utilisation du trophée – vainqueurs des éditions précédentes de la compétition : les répliques du trophée remises aux vainqueurs des éditions précédentes de la compétition doivent rester sous le contrôle direct des associations membres qui en sont dépositaires et ne pas quitter leur pays respectif sans l'accord préalable écrit de la FIFA. Les associations membres qui ont reçu une réplique du trophée doivent s'assurer que celle-ci soit toujours présentée dans le contexte historique de la compétition concernée et prendre les dispositions nécessaires pour qu'elle ne puisse en aucun cas être utilisée d'une quelconque manière pouvant donner lieu à une association d'un quelconque tiers – tel que les affiliés commerciaux, leurs propres affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec elles – avec le trophée et/ou la compétition. Les affiliés des associations participantes et/ou les tiers sous contrat avec elles ne peuvent notamment obtenir aucun droit ni visibilité en présence du trophée,

d'une réplique du trophée ou d'une réplique miniature de celle-ci. Cela vaut aussi pour les parades ou les photos du vainqueur de la compétition avec le trophée (puis, toute réplique du trophée).

- 12.2 Restrictions sur les articles promotionnels – vainqueurs des éditions précédentes de la compétition : les associations membres qui ont remporté une édition précédente de la compétition ne sont pas autorisées à développer, créer, utiliser, vendre ni distribuer de matériel ou de marchandise publicitaires à l'effigie de la réplique du trophée ou d'une quelconque marque, emblème ou signe renvoyant à une précédente édition de la compétition.
- 12.3 Conditions d'utilisation du trophée – vainqueur en 2017 : l'équipe participante victorieuse recevra le trophée lors de la cérémonie organisée sur le terrain directement après le coup de sifflet final de la finale de la compétition, et sera tenue de le retourner à la FIFA dans les vestiaires qui lui sont attribués avant de quitter le stade où s'est déroulée la finale de la compétition. Elle recevra alors la réplique du trophée réservée à l'équipe participante victorieuse de la compétition. En aucun cas les affiliés de l'AMP ni aucun tiers sous contrat avec elle ne doivent créer d'association avec le trophée et/ou la réplique du trophée ni une réplique miniature du trophée. Notamment :
- (i) ni le trophée ni la réplique ni une réplique miniature du trophée ne doivent être exposés lors d'une quelconque activité médiatique d'une AMP ou de toute autre conférence de presse dont l'arrière-plan ou tout autre élément du décor reproduit les marques d'une quelconque entité commerciale autre qu'un affilié commercial de la FIFA ;
 - (ii) ni le trophée ni la réplique ni une réplique miniature du trophée ne doivent être exhibés, y compris dans le cadre d'une parade, lors d'un quelconque événement sponsorisé par les affiliés des AMP ou des tiers sous contrat avec elles ou faisant apparaître leurs marques. Cette interdiction vaut par exemple pour les tournées de célébration où les marques d'un quelconque affilié d'une AMP ou de toute autre entité commerciale sont visibles ; et
 - (iii) les affiliés de l'AMP victorieuse ou tout tiers sous contrat avec elle ne sont pas habilités à utiliser le trophée, la réplique ou une réplique miniature du trophée, ou des images de celui-ci dans du matériel publicitaire ou promotionnel célébrant le succès de l'équipe victorieuse.

Afin de préserver le statut et la valeur commerciale du trophée, chaque association membre participante convient que :

- (i) l'association membre participante victorieuse n'est pas habilitée à produire ses propres répliques non officielles du trophée, à l'exception des répliques du trophée visées ci-après ;
- (ii) ni le trophée ni sa réplique ni une réplique miniature du trophée ne doivent être utilisés, représentés ni exposés d'une quelconque manière qui pourrait être jugée inappropriée, dénigrante ou préjudiciable pour la valeur intrinsèque, la marque, l'image ou la réputation de celui-ci ;
- (iii) l'utilisation et l'octroi d'une licence d'utilisation de l'image du trophée, de la réplique ou d'une réplique miniature du trophée sur des pièces de vêtement ou toute autre marchandise sont interdits ;

- (iv) le trophée est une marque déposée de la FIFA et l'AMP victorieuse ne détient aucun droit ou licence (et ne peut accorder de droit ou de licence) d'utilisation sur les photographies du trophée, de la réplique ou d'une réplique miniature du trophée à une quelconque fin commerciale autre que purement rédactionnelle, pour accompagner un texte écrit sur support électronique ou imprimé. L'AMP victorieuse s'engage à rappeler ces restrictions aux photographes et représentants de la presse et des médias avant les expositions officielles du trophée, de la réplique ou de répliques miniatures du trophée ; et
- (v) l'AMP victorieuse prendra à ses propres frais toutes les mesures raisonnables permettant d'assurer la sécurité du trophée et de sa réplique pendant toute la durée où ils seront en sa possession.

Sous réserve de l'accord préalable écrit de la FIFA, l'AMP victorieuse peut, à ses propres frais, charger le fabricant de la FIFA, Bertoni, de réaliser des répliques miniatures du trophée pour les remettre aux membres de la délégation de l'équipe victorieuse et à son sélectionneur, sous réserve qu'ils s'engagent tous envers la FIFA à ne pas utiliser lesdites répliques miniatures du trophée dans un quelconque but commercial. Ces répliques miniatures du trophée ne doivent pas mesurer plus de 15 cm de haut.

Autres conditions requises :

- (i) la réplique du trophée peut rester temporairement sous la garde de l'AMP victorieuse mais reste en tout temps la propriété de la FIFA et doit lui être immédiatement rendue sur sa demande écrite ; et
- (ii) la réplique du trophée ne peut être confiée à aucun tiers pour être exposée ou utilisée, sans l'autorisation écrite préalable de la FIFA ; et
- (iii) toute tournée faisant intervenir la réplique du trophée nécessite l'autorisation préalable écrite de la FIFA.

MARQUES DE LA COMPÉTITION AUTORISÉES

13.1 Règles d'utilisation des marques de la compétition par les associations membres participantes : les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Généralités : les AMP ne peuvent utiliser les marques de la compétition et le logo combiné qu'à seule fin d'évoquer leur participation à la compétition. Toute utilisation à des fins commerciales ou promotionnelles des marques de la compétition et du logo combiné par les associations membres participantes et/ou leurs affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec elles est strictement interdite. Les dispositions du présent art. 13.1 s'appliquent à compter de la date d'entrée en vigueur du présent règlement et restent valables à l'issue de la compétition, jusqu'à notification du contraire aux associations membres participantes par la FIFA.
- (ii) Noms de la compétition : les associations membres participantes sont tenues, lorsqu'elles se réfèrent à la compétition (ce qui n'est autorisé que dans un contexte rédactionnel), d'utiliser un seul nom de la compétition.

- (iii) Logo combiné : les associations membres participantes sont autorisées à créer un logo combiné reprenant à la fois l’emblème officiel de la compétition et leur propre emblème. Sur demande écrite adressée à ma.approvals@fifa.org, les associations membres participantes peuvent télécharger les visuels nécessaires à la réalisation d’un logo combiné dans les archives numériques de la FIFA, sous www.FIFAdigitalarchive.com. Le logo combiné ne peut être composé que de l’emblème officiel de la compétition et du propre emblème de l’association membre participante, ainsi que de la mention de « Finalist ». Aucune autre marque ne peut y être ajoutée sans l’autorisation écrite de la FIFA, requise avant toute utilisation du logo combiné. Aucune autre marque ne peut non plus être placée à proximité d’un logo combiné de manière à laisser croire qu’elle puisse en faire partie. Les associations membres participantes doivent obtenir l’autorisation écrite de la FIFA avant de pouvoir utiliser leur logo combiné. Le logo combiné proposé doit par conséquent être soumis par écrit à la FIFA via ma.approvals@fifa.org. Pour éviter toute interprétation contraire, toute utilisation du logo combiné doit aussi être soumise à la FIFA pour approbation, conformément à l’al. (vii) du présent art. 13.1 ;
- (iv) Usage des marques de la compétition et du logo combiné : ni les marques de la compétition ni le logo combiné ne peuvent être utilisés à proximité des noms, logos ou marques déposées des affiliés des associations membres participantes ni d’aucun autre tiers que les affiliés commerciaux de la FIFA.

De plus, il est interdit aux associations membres participantes d’utiliser les marques de la compétition ou le logo combiné comme suit :

- dans le cadre de toute activité ou gros titre publicitaires ou promotionnels en rapport avec leurs affiliés ;
 - sur les cadeaux, prix, articles promotionnels ou pièces de vêtement ou d’équipement destinés à la vente au public (tels que les maillots des équipes pour les supporters) ni dans aucun autre but commercial d’aucune sorte ;
 - sur leurs imprimés officiels (y compris les affiches et les cartes de visite) comportant également les noms et/ou les logos de leurs affiliés (sauf si ceux-ci ont été désignés par la FIFA comme affiliés commerciaux de la compétition).
- (v) Matériel imprimé des associations membres participantes : les associations membres participantes doivent s’assurer qu’aucune marque de la compétition ni logo combiné (ni autre marque déposée liée à la compétition) ne figurent sur le matériel écrit (conventionnel ou électronique) produit dans le cadre de leur participation à la compétition (tel qu’affiches, guides, guides à l’usage des médias, programmes, magazines, cartes, plaquettes, livres, publications sur support électronique, CD-ROM et bulletins) autrement que dans un contexte purement rédactionnel. Par exemple, aucune désignation commerciale ou publicité (y compris celles des affiliés des associations membres participantes ou autres tiers sous contrat avec elles) ne peuvent être reproduits sur la première ou la quatrième de couverture de la publication d’une association membre participante quand une marque de la compétition et/ou le logo combiné y figurent déjà. Les noms de la compétition peuvent être utilisés à des fins rédactionnelles uniquement descriptives. Les marques de la compétition et le logo combiné peuvent apparaître à l’intérieur des publications des associations membres participantes sous réserve de ne pas figurer sur une page ni en regard d’une page contenant une désignation commerciale ou une publicité.

Les couvertures et les titres des publications écrites des associations membres participantes doivent être suffisamment clairs pour empêcher toute confusion avec ceux de la FIFA et/ou du COL. Par exemple, le titre suivant serait considéré comme acceptable :

- « [Nom de la publication] officiel[le] de l'équipe de/du [pays] à la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 ».

Tous les documents doivent toutefois être préalablement soumis à l'approbation de la FIFA, conformément à l'al. (viii) du présent art. 13.1.

- (vi) Association interdite avec les affiliés des associations membres participantes : les associations membres participantes doivent aussi veiller à ce que leur matériel promotionnel ne donne lieu à aucune association d'aucune sorte de leurs affiliés ni des tiers sous contrat avec elles, avec la compétition. Il est interdit aux affiliés des AMP et/ou aux tiers sous contrat avec elles d'utiliser les marques de la compétition ou le logo combiné sur leur propre matériel, à moins d'être des affiliés commerciaux de la FIFA ou de pouvoir utiliser la désignation (par exemple) « [sponsor] de l'[AMP] lors de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 ».
- (vii) Autres marques : les associations membres participantes ne sont habilitées à utiliser (et doivent veiller à ce que leurs affiliés et/ou les tiers sous contrat avec elles n'utilisent) aucune autre marque, emblème, symbole, logo ou phrase pour désigner la compétition (et notamment le trophée).
- (viii) Approbations : tous les usages proposés pour les marques de la compétition et le logo combiné (accompagnés d'un résumé du contexte et du canal de distribution proposés) doivent être soumis à la FIFA via ma.approvals@fifa.org. Le formulaire sera transmis au coordinateur des approbations compétent de la FIFA. Un échantillon de l'ensemble du matériel imprimé reproduisant la maquette et la position des marques de la compétition et/ou du logo combiné ainsi que des logos des affiliés des associations membres participantes et des tiers doit aussi être soumis – au moins trente (30) jours avant le début de la compétition – à la FIFA pour autorisation écrite préalable. Les associations membres participantes sont tenues de procéder à tout changement requis par la FIFA pour mettre leur matériel imprimé en conformité avec le présent règlement.

13.2 Sites Internet des AMP : les dispositions suivantes s'appliquent durant la compétition :

- (i) Lien vers FIFA.com : chaque association membre participante doit afficher un lien vers la version linguistique appropriée de www.FIFA.com sur chaque page de son site Internet dont le contenu renvoie à la compétition. Ce lien doit être composé du logo FIFA.com qui peut être demandé via ma.approvals@fifa.org. Il convient de noter que le logo combiné de www.FIFA.com ne peut être utilisé d'aucune autre façon et par aucun autre tiers tels que les affiliés des associations membres participantes et/ou les tiers sous contrat avec elles. De plus, le logo combiné ne doit pas apparaître à proximité immédiate des marques ou des noms d'un quelconque affilié des associations membres participantes et/ou d'un tiers sous contrat avec elles.
- (ii) Package de syndication : les associations membres participantes peuvent se procurer auprès du département Numérique de la FIFA un package de syndication du contenu

www.FIFA.com à intégrer sur leur site Internet et qui contient notamment les scores les plus récents et les dernières actualités.

- (iii) Contact : pour de plus amples informations sur le logo combiné www.FIFA.com et le contenu du package de syndication du contenu, les associations membres participantes peuvent contacter le département Numérique de la FIFA à l'adresse suivante :

Département Communication numérique de la FIFA
FIFA Fédération Internationale de Football Association
Télécopie : +41 (0) 43 -222 7878 ;

- (iv) Usage en ligne des marques de la compétition et du logo combiné : les associations membres participantes peuvent utiliser les marques de la compétition et le logo combiné sur leur site Internet sous réserve :
- de les utiliser exclusivement à des fins rédactionnelles ;
 - d'avoir obtenu préalablement l'autorisation écrite de la FIFA (à demander par courriel à ma.approvals@fifa.org) ;
 - de ne pas les utiliser en relation avec ni à proximité du nom et/ou du logo d'une organisation commerciale telle que les affiliés des associations membres participantes ou tout tiers sous contrat avec elles ;
 - de ne pas les utiliser comme lien hypertexte de site Internet ou de page Internet ; d'utiliser un lien texte si un lien vers un autre site Internet ou une autre page Internet est souhaité ;
 - de ne pas les utiliser ni les placer dans la barre de titre, la barre de menu ni les notes de bas de page ; et
 - de respecter en tout point les dispositions du présent art. 13 du présent règlement.
- (v) URL : Les noms de la compétition ne doivent pas figurer dans les adresses URL des sites Internet des AMP.

BILLETTERIE DE LA COMPÉTITION

14.1 **Principe de base :** Afin (i) d'empêcher la création d'un marché secondaire (ou « marché noir ») pour la vente des billets de la compétition, (ii) d'assurer que la mise en œuvre des procédures de sécurité par la FIFA et/ou le COL ne soit pas compromise par la redistribution non autorisée de billets, (iii) d'assurer que des billets ne soient pas utilisés par des entités autres que les affiliés commerciaux pour la promotion de billets, (iv) d'empêcher le marketing sauvage en relation avec la compétition, et (v) d'assurer une justice économique dans le cadre de la vente de billets pour la compétition, la FIFA a gère toutes les ventes de billets en son propre nom et pour son propre compte, et limite le transfert gratuit et la revente de billets par les associations membres, dont les associations membres participantes.

14.2 Conditions générales de billetterie pour les associations membres participantes : la FIFA établira ultérieurement des accords relatifs à l'attribution des billets pour les toutes les associations membres participantes. À moins et en attendant que lesdits accords n'amendent ou ne complètent le présent règlement, les conditions générales de l'art. 14 ci-après s'appliquent à chacune des associations membres participantes.

Les associations membres participantes doivent se conformer en tout point aux documents suivants relatifs à la billetterie :

- le « Règlement de la billetterie de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 » ; et
- les « Exigences à remplir par les associations membres en matière de billetterie » qui constituent une annexe à l'accord d'allocation de billets aux associations membres participantes ; et
- les « Conditions générales d'utilisation des billets de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 » ; et
- le Règlement de la vente de billets pour la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017, y compris, mais sans s'y limiter, tout règlement sur la collecte et la protection des données ;
- le code de conduite dans les stades pour la Coupe des Confédérations de la FIFA, Russie 2017 :

Tous ces documents à force obligatoire seront mis en application et publiés par la FIFA en temps utile avant la compétition.

14.3 Conditions générales de billetterie pour les associations membres non participantes : dans le cadre de tout billet de la compétition alloué par la FIFA à une association membre non participante sans accord relatif à l'attribution des billets, chaque association membre recevant des billets doit se conformer en tout point aux conditions générales prévues dans tous les documents relatifs à la billetterie.

14.4 Système de vente et de distribution des billets : dans le cadre de la compétition, la FIFA centralisera la gestion de tous les billets alloués aux associations membres participantes et à leurs invités (y compris, mais pas seulement, à tous les supporters des associations membres participantes), ainsi qu'aux associations membres non participantes et à leurs invités. Ce système centralisé permettra à la FIFA de gérer, en son nom, l'intégralité des ventes et du processus de distribution, y compris les demandes, les confirmations, le paiement et la livraison des billets.

L'accord d'allocation de billets aux associations membres participantes décrira le système de ventes et de distribution des billets en détail et définira tous les droits et les obligations des associations membres participantes en la matière.

- 14.5 Utilisation interdite à des fins publicitaires et/ou promotionnelles : chaque association membre participante, dont les associations membres participantes et les associations membres non participantes, doit s'abstenir (et veiller à ce que ses invités s'abstiennent) de toute activité publicitaire ou promotionnelle basée, prétendument basée ou pouvant raisonnablement être jugée basée sur l'usage de billets pour la compétition ou pour les entraînements officiels ou non officiels sur le territoire de la compétition pendant la durée de la compétition, ou de billets pour tout autre événement relatif à la compétition organisé par ou sous l'égide de la FIFA. En particulier, chaque association membre participante, dont les associations membres participantes et les associations membres non participantes, doit veiller en particulier à ce que ses invités n'organisent pas de jeux-concours, de promotions, de loteries ou autres activités qui, de l'avis raisonnable de la FIFA, leur permettent, à eux ou à un quelconque tiers, de créer une association avec la FIFA et/ou la compétition et/ou qui permettent à un quelconque tiers, par suite de sa participation à ces activités, de recevoir ou de pouvoir réclamer un billet pour la compétition.
- 14.6 Comportement des invités, des affiliés et des clients des AMP : chaque association membre participante, dont les associations membres participantes et les associations membres non participantes, doit veiller à ce que ses invités, ses affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec elle soient informés des conditions générales de tout document régissant la billetterie de la compétition et s'y conforment.
- 14.7 Marketing sauvage : chaque association membre participante, dont les associations membres participantes et les associations membres non participantes, doit veiller à ce que ses invités et ses affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec elle s'abstiennent de toute activité publicitaire et/ou promotionnelle qui pourrait être raisonnablement considérée comme parasitant les droits exclusifs des affiliés commerciaux et de la FIFA, et notamment de toute activité publicitaire et/ou promotionnelle dont on pourrait raisonnablement penser qu'elle peut permettre à des tiers de se procurer, dans le cadre de telles activités, des billets pour la compétition ou autres droits d'accès à celle-ci.

DIVERS

- 15.1 Code disciplinaire de la FIFA : toute association membre contrevenant au présent règlement sera passible de sanctions de la part de la Commission de Discipline de la FIFA. Les associations membres sont tenues de veiller à ce que les membres de la délégation de leur équipe et leurs affiliés et/ou tiers sous contrat respectent pleinement le présent règlement. Elles notifieront sans délai à leurs affiliés et tiers sous contrat la teneur du présent règlement en exigeant d'eux qu'ils s'y conforment.
- 15.2 Articles interdits : tout article utilisé dans une zone sous contrôle par une association membre participante ou les membres de la délégation de son équipe en violation du présent règlement sera éloigné, confisqué ou recouvert, à la convenance des officiels de la FIFA responsables et ladite association sera passible des sanctions prévues par la Commission de Discipline de la FIFA.
- 15.3 Absence de responsabilité : la FIFA ne pourra être tenue pour responsable à l'égard d'une quelconque association membre participante pour toute perte, frais, dommage ni aucun autre coût d'aucune sorte pouvant résulter de ou être lié aux dispositions du présent règlement, et/ou du règlement de la compétition ou du règlement de l'équipement.
- 15.4 Incompatibilité : si le règlement de la compétition et/ou le Règlement de l'équipement sont incompatibles avec un quelconque aspect du présent règlement, ce dernier prévaudra. Le règlement

de la compétition et/ou le Règlement de l'équipement seront alors considérés comme amendés en conséquence.

- 15.5 Amendements : sur notification aux associations membres participantes, la FIFA est habilitée à amender le présent règlement à tout moment, à sa seule convenance.

La FIFA est habilitée à publier à tout moment avant la compétition des directives et des circulaires stipulant que le présent règlement en fait partie intégrante, à sa propre convenance.

- 15.6 Langues : le présent règlement est disponible dans les quatre langues officielles de la FIFA (français, allemand, anglais et espagnol). En cas de contestation relative à l'interprétation des traductions française, espagnole ou allemande, le texte anglais fait foi.
- 15.7 Déclaration de renonciation : la renonciation par la FIFA à condamner une violation du présent règlement (y compris de tout document auquel il y est fait référence) ne doit pas être considérée comme une renonciation à condamner une autre violation de la disposition en question ou une violation d'une autre disposition, ni comme une renonciation à un droit émanant du présent règlement ou d'un autre document. Seule une déclaration de renonciation écrite sera considérée comme telle. Le manquement de la FIFA à exiger le strict respect d'une quelconque disposition du présent règlement ou d'un quelconque document auquel il y est fait référence ne constitue ni la renonciation ni la perte du droit de la FIFA d'exiger ultérieurement le strict respect de cette disposition ou d'une autre disposition du présent règlement ou d'un autre document auquel il y est fait référence.
- 15.8 Entrée en vigueur : le présent règlement a été ratifié par le Conseil de la FIFA et entre immédiatement en vigueur.