

FIFA[®]

Règlement Médias et Marketing

Coupe du Monde des Clubs de la FIFA,
Qatar 2020™



Table des matières

PARTIE A : DÉFINITIONS	3
PARTIE B : PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS	9
1. PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS	9
2. MARQUES DE LA COMPÉTITION	12
3. MARKETING SAUVAGE ET AUTRES INFRACTIONS	13
PARTIE C : COMPÉTITION	15
4. INTRODUCTION	15
5. EXPLOITATION DES DROITS MÉDIAS	15
6. EXPLOITATION DES DROITS MARKETING	16
7. ÉQUIPEMENT, BOISSONS ET AUTRES ÉLÉMENTS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE 16	
8. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES SITES D'ENTRAÎNEMENT	20
9. ACTIVITÉS MÉDIATIQUES ET COOPÉRATION AVEC LES MÉDIAS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE 21	
10. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES HÔTELS DES ÉQUIPES	24
11. ACTIVITÉS DES CLUBS PARTICIPANTS	24
12. RÈGLEMENT DU TROPHÉE	30
13. UTILISATION DES MARQUES DE LA COMPÉTITION	33
14. BILLETTERIE	36
PARTIE D : DIVERS	37
15. DIVERS	37
ANNEXES	39

PARTIE A : DÉFINITIONS

Activité médiatique d'un club : toute activité médiatique, telle que conférence de presse ou interview, organisée par ou pour le compte d'un club participant 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 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'un club : tout affilié commercial de tout club participant, y compris toute entreprise, licencié, agent, sponsor, partenaire marketing, partenaire média ou autre partenaire commercial, désigné directement ou indirectement par le club participant 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 le Presenting Partner, les Partenaires FIFA, les Supporters nationaux et les détenteurs de licences avec marques déposées. Les détenteurs de droits médias ne sont pas inclus dans les affiliés commerciaux.

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

Association organisatrice : la Fédération Qatarienne de Football, qui a été désignée par la FIFA pour accueillir et organiser la compétition.

Club participant : chacun des sept clubs dont l'équipe représentative s'est qualifiée pour la compétition.

COL : comité organisateur de la compétition, c'est-à-dire une entité commerciale – et toute filiale de celle-ci – établie par l'association organisatrice en vue d'accueillir et d'organiser la compétition sur le territoire du pays hôte.

Compétition : phase finale de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020™, organisée sous l'égide de la FIFA.

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 : désignation collective pour tous les membres de la délégation d'un club participant.

Détenteur de droits médias : toute entité à laquelle la FIFA accorde une licence d'exploitation des droits médias (ou d'une partie de ceux-ci) en lien avec la compétition pour une utilisation sur certains territoires (ou une partie de ceux-ci) pendant une certaine période.

Droit de retransmission à bord des avions : (i) tout droit de retransmettre et/ou de présenter, au moyen de tout support/plate-forme que ce soit, du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé, statique ou audiovisuel, des données et/ou du contenu textuel directement ou indirectement liés 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 quelque support que ce soit, du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé, statique, ou audiovisuel, des données et/ou du 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 se trouvant (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 de celebrity marketing, droit d'association, droit sur les prix et cadeaux publicitaires, droit marketing, droit de marchandisage, 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 médias.

Droit médias fixe : tout droit de présenter, d'exploiter et/ou de distribuer du contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé, statique, ou audiovisuel, des données et/ou du contenu textuel (y compris le signal de base – c'est-à-dire 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 liés à la compétition et/ou aux cérémonies (ou quelque partie de celles-ci que ce soit) relatives à la compétition sur tout dispositif ou mécanisme de stockage magnétique, électronique ou numérique (Blu-Ray, DVD, DTO, DTR, etc.).

Droits de propriété intellectuelle : tout droit de propriété intellectuelle ou autre droit de propriété de quelque nature et cause et dans quelque média que ce soit, qu'il soit ou non enregistré ou puisse être enregistré, y compris les marques déposées, marques de service, marques de commerce, appellations commerciales, modèles déposés, droits d'auteur, droits moraux, noms de domaine et toute demande pour la protection ou l'enregistrement de tels droits, leurs renouvellements et extensions, et autres biens incorporels dans le monde entier.

Droits de retransmission publique : (i) tout droit d'émettre, au moyen de quelque média que ce soit, tout contenu exclusivement audio, exclusivement visuel, animé, statique ou audiovisuel, toute donnée et/ou tout texte lié à la compétition et/ou à toute cérémonie de la compétition (ou toute partie de celles-ci) aux fins de réception, de présentation intelligible ou de toute forme d'utilisation par un 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 (à l'exception des avions et bateaux) ; 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, sans toutefois s'y limiter, les droits d'entrée, de sponsoring, de produits dérivés, de diffusion et de fourniture) découlant de et/ou liées à ce type d'événement, de transmission et/ou d'exposition. Afin de dissiper tout doute, les droits de retransmission publique ne couvrent pas les droits de retransmission à bord des avions et des bateaux.

Droits médias : droit de reportage, d'enregistrement, de transmission et autre mode d'exploitation de tout contenu exclusivement visuel, exclusivement audio, statique, animé ou audiovisuel, de tout texte et de toute donnée par quelque moyen que ce soit (déjà existant ou qui sera conçu, 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. Afin de 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 constitue un droit médias. Les droits médias comprennent 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 médias fixes, les droits de retransmission publique, les droits de retransmission à bord des avions, les droits de retransmission à bord des bateaux et tout droit d'accès à l'information.

Durée de la compétition : période commençant 10 jours ouvrés avant le premier match de la compétition et se terminant cinq jours après la finale de la compétition.

Emblème officiel : emblème officiel de la compétition, tel que désigné par la FIFA.

Équipe participante : toute équipe qui représente un club participant à 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 FIFA et/ou par ses mandataires, chargées, entre autres, de réaliser dans chaque zone sous contrôle, chaque espace médias du club participant et chaque autre site déterminé par la FIFA, des images statiques et/ou animées de la délégation d'une équipe pendant toute la durée de son séjour dans le pays hôte.

Hôtel des équipes : tout hôtel officiel (y compris ses abords), tels que le camp de base d'une équipe, les hôtels d'équipe spécifiques aux sites et autres hôtels de la FIFA où une équipe participante est logée pendant la durée de la compétition.

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

Jour de match : tout jour calendaire lors duquel un match de la compétition est programmé.

Logo combiné : logo représentant à la fois l'emblème officiel de la compétition et l'emblème d'un club participant.

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 compétition ou la FIFA d'une manière non expressément autorisée par cette dernière.

Marque d'un club : tout symbole, emblème, logo, marque ou désignation détenu et/ou contrôlé par un club participant, y compris leurs traductions et les permutations de leurs éléments constitutifs, qu'elles soient déposées ou non.

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

- la marque verbale « Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020™ » (et ses équivalents dans toutes les langues) et toute permutation de ses éléments constitutifs, qu'elle soit déposée ou non ;
- la marque verbale « Coupe du Monde » (et ses équivalents dans toutes les langues) ;
- l'emblème officiel de la compétition ;
- la mascotte officielle de la compétition et le nom de la mascotte officielle, élaborés et publiés par la FIFA après l'entrée en vigueur du présent règlement (le cas échéant) ;
- le trophée, dont une représentation figure en annexe à titre d'information uniquement ; et
- l'affiche officielle de la compétition, élaborée et publiée par la FIFA après l'entrée en vigueur du présent règlement (le cas échéant) ;
- le nom de la compétition (tel que défini ci-après).

Match de la compétition : n'importe lequel des huit matches de la compétition.

Membre de la délégation d'une équipe : tout joueur, entraîneur, responsable, officiel, responsable médias, représentant et invité d'un club participant.

Nom de la compétition : le nom officiel de la compétition, à savoir :

- la marque verbale « Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020™ » (et ses équivalents dans toutes les langues et polices, accompagnés de la mention « ™ »).

Officiels de la FIFA : collectivement, (i) le personnel 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 arbitre assistant vidéo ; et (iv) tout autre individu membre de la délégation de la FIFA ou du COL.

Partenaire FIFA : toute entité, à l'exception du Presenting Partner, 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.

Presenting Partner : entité désignée par la FIFA (le cas échéant) comme partenaire de la compétition et bénéficiant du droit d'avoir son nom ou sa marque associé(e) à la compétition ainsi que d'autres droits publicitaires, promotionnels et de marketing en relation avec la compétition.

Règlement de l'équipement : Règlement de l'équipement de la FIFA tel qu'approuvé par le Conseil de la FIFA et potentiellement amendé par la FIFA de temps en temps.

Règlement de la compétition : « Règlement de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020™ » publié par la FIFA pour la compétition. Ce règlement a force obligatoire et régit les droits, les devoirs et les responsabilités de tous les clubs qui participent à la compétition.

Règlement Médias et Marketing : le présent « Règlement Médias et Marketing de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020™ ».

Site d'entraînement : tout terrain d'entraînement mis à la disposition des clubs participants 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.

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

Support numérique d'un club : tout support numérique utilisé ou administré par ou pour le compte d'un club participant.

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 ou bien conçue, développée ou inventée ultérieurement), accessible au grand public ou en circuit fermé, à des fins personnelles ou commerciales, y compris, sans toutefois 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, Instagram, Twitter, Snapchat, Weibo, VK, Google+, YouTube, flickr, ou autres blogs, sites Internet, applications ou outils médiatiques similaires.

Supporter national : toute entité à laquelle est accordé un package de droits publicitaires, p marketing en relation avec la compétition uniquement, ces droits ne pouvant être exercés que organisateur(s) de la compétition.

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

Territoire de la compétition : Qatar.

Trophée du vainqueur : réplique du trophée remise par la FIFA au vainqueur de la compétition.

Trophée : trophée original de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, dont une représentation figure en annexe à titre d'information uniquement, qui demeure en tout temps en la possession et sous le contrôle de la FIFA et qui n'est pas remis à l'équipe remportant la compétition.

Zone sous contrôle : toute zone spécifiée ci-après :

- (i) tout stade de la compétition ;
- (ii) tout site d'entraînement ;
- (iii) tous les hôtels des équipes et les hôtels de la FIFA ;
- (iv) tout lieu où est organisée une activité médiatique officielle de la FIFA/du COL ;
- (v) tout lieu où se déroulent des événements annexes officiels (banquet de la FIFA, Congrès de la FIFA, etc.) ;
- (vi) le centre international de diffusion (IBC) ou le centre international de coordination de la diffusion (selon l'échelle, comme communiqué par la FIFA avant la compétition) ;
- (vii) tout centre d'accréditation ; et
- (viii) toute zone accessible uniquement sur présentation d'une accréditation officielle pour la compétition (y compris, sans toutefois s'y limiter, 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.

PARTIE B : PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS

1. PROPRIÉTÉ ET PROTECTION DES DROITS

- 1.1. Propriété des droits : Conformément au règlement de la compétition et au formulaire d'inscription soumis au secrétariat général de la FIFA, chaque club participant reconnaît que, sous réserve des dispositions du présent règlement, tous les droits médias, droits marketing, droits de propriété intellectuelle (y compris les marques de la compétition) 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 ou les parties concernées de cette dernière, dont tous les matches de la 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, sur la base de sa fonction d'instance dirigeante du football mondial ainsi que de ses contributions, de son rôle et de ses responsabilités organisationnelles, logistiques et financières dans le cadre de la compétition.

Sauf mention contraire explicite dans le présent règlement, aucun club participant ne peut exploiter ou utiliser, directement ou indirectement, un quelconque droit médias, droit marketing, droit de propriété intellectuelle (y compris les marques de la compétition) ainsi que tout autre droit ou opportunité commercial(e) ou autre droit et opportunité existant ou prochainement créé (y compris tout titre et intérêt dans et envers la compétition ou la partie concernée de cette dernière, dont tous les matches de la compétition et tous les événements annexes organisés dans le cadre de la compétition).

Aucun club participant ne peut contester de quelque manière que ce soit la propriété de la FIFA concernant un quelconque droit médias, droit marketing, droit de propriété intellectuelle ainsi que tout autre droit ou opportunité commercial(e) ou autre droit et opportunité existant ou prochainement créé (y compris tout titre et intérêt dans et envers la compétition ou la partie concernée de cette dernière, dont tous les matches de la compétition et tous les événements annexes organisés dans le cadre de la compétition).

- 1.2. Coopération des clubs participants : En règle générale, chaque club participant et, dans la mesure applicable, chaque membre de sa délégation, est tenu d'observer scrupuleusement les conditions de participation de son équipe représentative à la compétition, telles que définies dans le présent règlement. Il incombe aussi à chaque club participant de veiller à ce que les membres de sa délégation, ses affiliés et autres tiers sous contrat avec lui respectent scrupuleusement le présent règlement. Il doit donc à ce titre leur en notifier sans délai la teneur. Chaque club participant doit informer ses affiliés commerciaux qu'ils n'ont aucun droit marketing ni médiatique en rapport avec la compétition et, notamment, qu'ils ne peuvent mener aucune activité promotionnelle impliquant l'utilisation des marques de la FIFA, des marques de la compétition, ou de toute autre marque dont les similitudes avec les marques de la FIFA ou celles de la compétition peuvent prêter à confusion.

Chaque club participant doit assister la FIFA dans la résolution de litiges portant sur des violations des droits de propriété intellectuelle ou de marketing sauvage perpétrés par ses affiliés. Il est expressément interdit aux clubs d'identifier dans les médias leurs affiliés commerciaux au moyen de toute marque de la compétition ou de la FIFA (y compris, sans toutefois s'y limiter, tout matériel promotionnel) afin d'éviter qu'une association puisse être établie entre leurs affiliés commerciaux et la FIFA ou la compétition.

Les clubs participants indemniseront, défendront et dégageront la FIFA, le COL ainsi que 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 leur délégation, de leurs affiliés ou de tout tiers sous contrat avec eux – au présent règlement.

- 1.3. Droit d'association : Aucun tiers ne peut entreprendre quoi que ce soit en dehors de ce qui est permis dans le cadre du présent règlement, et/ou autorisé séparément par la FIFA, 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 et/ou à la FIFA.

Tout club participant doit informer – sans délai et par écrit – la FIFA de toute infraction au présent règlement dont il a connaissance.

- 1.4. Transfert de droits : Dans la mesure où tout droit – y compris tout droit médias, droit marketing ou droit de propriété intellectuelle (dont les marques de la compétition) – relatif à la compétition, à tout match de la compétition ou à tout événement organisé par la FIFA dans le cadre de la compétition ou sous son égide peut, en vertu d'une loi ou d'un règlement local ou national, être détenu ou contrôlé par une confédération, l'association organisatrice ou un club participant (que ce soit parce que l'entité concernée accueille, organise – pour l'association organisatrice – ou participe à un match de la compétition – le cas échéant – ou autre), la confédération, l'association organisatrice ou le club participant confère et/ou transfère en vertu du présent règlement ledit droit gratuitement et de manière irrévocable à la FIFA, pour être librement exploité par elle, et renonce à toute prétention à l'exercer et/ou à l'exploiter elle/lui-même ou à en céder le droit d'exercice à un tiers.

Sur demande de la FIFA, la confédération, l'association organisatrice et/ou le club participant concerné(e)s accepte(ent) d'exécuter – à ses/leurs propres frais, dans un délai raisonnable et conformément aux instructions données par la FIFA – toute autorisation ou tout autre document tel que requis par une loi ou un règlement local(e) ou national(e) afin de rendre effectif une telle cession, transfert et/ou renonciation dudit droit à la FIFA et de permettre une exploitation gratuite et libre par cette dernière – directement ou indirectement – de tout droit médias, droit marketing, droit de propriété intellectuelle ainsi que de tout autre droit ou opportunité commercial(e) ou autre droit et opportunité présent(e) et futur(e).

- 1.5. Marques du club : Pour soutenir la mise en œuvre du présent règlement et conformément aux

conditions générales énoncées ci-après, chaque club participant accorde à la FIFA le droit de faire usage et/ou de concéder, à perpétuité et gratuitement, toute marque de club et toute représentation visuelle de l'équipement et de la tenue de jeu en relation avec la participation du club à la compétition.

À cet égard, concernant les produits dérivés liés à la compétition, chaque club participant accepte que la FIFA est en droit d'utiliser et/ou d'octroyer une sous-licence pour toute marque de club (isolément ou avec d'autres marques de clubs) en association avec les marques de la FIFA et/ou les marques de la compétition, sous réserve que ces produits dérivés soient par ailleurs dénués de marques. Les clubs participants doivent, sur demande, fournir à la FIFA (et/ou à tout tiers désigné par la FIFA) une preuve de la reconnaissance de cette disposition.

Le droit de la FIFA de faire usage et/ou de concéder des licences dérivées de telles marques de clubs et de représentations visuelles de l'équipement et de la tenue de jeu est exclusif lorsqu'il concerne – directement ou indirectement – l'enregistrement et la diffusion de tout match 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 de clubs et de représentations visuelles de l'équipement et de la tenue de jeu n'est pas exclusif lorsqu'il concerne 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, de produits philatéliques ou numismatiques ou autres.

Dans tous les cas, la FIFA ne doit en aucune façon apporter des modifications aux versions officielles des marques d'un club telles qu'il les a déterminées, ni les utiliser d'une manière :

- (i) qui puisse impliquer qu'un club participant fait de la publicité pour les produits ou les marques d'une entité commerciale telle qu'un affilié commercial ;
- (ii) trompeuse ou mensongère ;
- (iii) qui compromette ou reflète négativement le nom, les biens incorporels, la réputation, l'impartialité politique ou religieuse et l'image du club participant ; ou
- (iv) qui puisse mettre en danger ou limiter les intérêts de propriété du club participant vis-à-vis de ses marques.

À la seule exception de l'utilisation par la FIFA des marques de clubs à des fins purement rédactionnelles sous quelque forme que ce soit, la FIFA

- (i) ne doit pas utiliser isolément la marque d'un club, mais l'associer systématiquement à celles d'au moins trois autres clubs participants ou à une marque de la compétition ; et
- (ii) doit veiller à ce qu'aucune marque de clubs, lorsqu'utilisée avec d'autres marques de

clubs, ne soit privilégiée par rapport à celle d'un autre club participant sur aucune marchandise ni article promotionnel.

- 1.6. Coopération et consentement de la délégation d'une équipe : Pour soutenir la mise en œuvre du présent règlement, chaque club participant doit (i) veiller à ce que tous les membres de sa délégation participent à une séance photos et/ou vidéos (dont les photographies et les images qui seront utilisées et/ou concédées en sous-licence par la FIFA conformément au reste du présent art. 1, al. 6) et (ii) veiller à obtenir de chaque membre de sa délégation une confirmation écrite par laquelle ce dernier 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, sans toutefois s'y limiter, les photographies des membres de la délégation de l'équipe prises aux fins de leur accréditation). La FIFA ne peut utiliser les enregistrements, noms, photos et images (aussi bien statiques qu'animées) des membres de la délégation des équipes de manière qui puisse faire croire qu'un club participant et/ou membre de sa délégation fait 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 à l'enregistrement et à la diffusion de matches de la compétition ou de tout produit médiatique officiel lié à la compétition ou à la FIFA (film officiel de la FIFA, etc.), par un quelconque média.

Ce droit n'est pas exclusif lorsqu'il concerne tout autre usage, que ce soit dans le cadre de la promotion de la compétition, de publications sur un quelconque support (y compris, sans toutefois s'y limiter, les supports électroniques ou imprimés, les signaux télévisés, à large bande et mobiles, les présentations sur écran géant, les images téléchargeables), de jeux informatiques, de produits et services médiatiques, de produits dérivés, de produits philatéliques et numismatiques ou autres, ou de la promotion des produits et programmes médiatiques. La FIFA ne doit en aucun cas exercer ce droit d'une manière qui puisse laisser croire qu'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, y compris un affilié commercial.

Chaque club participant doit également se charger d'obtenir toutes les autorisations nécessaires pour que la FIFA puisse utiliser les informations sur les joueurs de l'équipe participante (telles que les données des joueurs – taille, poids, âge, etc.) ainsi que les détails de l'historique du club en relation avec sa participation et celle des membres de sa délégation à la compétition.

2. MARQUES DE LA COMPÉTITION

- 2.1. Propriété des marques de la compétition : La FIFA est l'unique propriétaire 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).

- 2.2. Marques concurrentes : Afin de (i) garantir la cohérence de l'identité visuelle de la compétition et (ii) empêcher tout affilié ou tiers de pratiquer du marketing sauvage dans le cadre de la compétition, chaque club participant doit veiller à ce que ni lui, ni aucun des affiliés ou tiers sous contrat avec lui ne conçoive, n'utilise, ne fasse enregistrer, n'adopte ni ne crée aucune marque, logo ou symbole faisant référence à la compétition – ou l'une de ses phases –, ou dont la similitude avec les marques de la compétition peut, de l'avis de la FIFA, prêter à confusion ou constituer une imitation en couleur, une dérivation des marques de la compétition ou une concurrence déloyale pour celles-ci.

Chaque club participant convient en particulier de s'abstenir et de veiller à ce que ses affiliés et les tiers sous contrat avec lui s'abstiennent de concevoir, utiliser ou faire enregistrer tout nom, logo, marque déposée, vignette, nom de marque, symbole, marque de service ou autre marque (déposée ou non) ou désignation pouvant raisonnablement être interprétés par le public comme une association avec la FIFA, avec toute phase de la compétition ou avec le COL, y compris les termes « World Cup », « Mundial », « FIFA », « Coupe du Monde », « Copa do Mundo », « Copa del Mundo », « WM », « Weltmeisterschaft » (ou tout autre terme qui, de l'avis de la FIFA, est susceptible de créer une association avec la compétition ou toute phase de celle-ci dans toute autre langue), ou de concevoir, utiliser ou faire enregistrer toute date en relation avec le nom du pays hôte, les sites ou les villes hôtes de la compétition, toute vignette similaire ou toute variante de ces termes ou de cette date dans une quelconque langue.

- 2.3. Contestation des marques de la compétition : Chaque club participant s'engage à ne pas s'opposer et à veiller à ce qu'aucun de ses affiliés ou des tiers sous contrat avec lui ne s'oppose à une quelconque demande de dépôt de marque ou de droits d'auteur émanant de la FIFA, de ses affiliés commerciaux, d'autres affiliés autorisés, mandataires ou licenciés en relation avec les marques de la compétition, ni ne cherche à annuler le dépôt de ces demandes. Aucun club participant ne peut contester et ce, de quelque façon que ce soit, ni déposer de demande de droits d'auteur, de marque déposée ou de brevet, ni enregistrer de nom de domaine se rapportant aux marques de la compétition, dès lors que ces démarches pourraient être préjudiciables aux intérêts de la FIFA en sa qualité de propriétaire des marques de la compétition. Si un affilié d'un club ou un tiers sous contrat avec lui s'oppose à une demande de dépôt de marque ou de droits d'auteur émanant de la FIFA ou de ses affiliés, mandataires ou licenciés en relation avec les marques de la compétition, le club participant concerné doit veiller, en prenant toutes les mesures requises par la FIFA, à ce que ladite entité cesse immédiatement de faire obstruction à cette demande. Les dispositions du présent art. 2, al. 3 ne s'appliquent pas aux marques de la compétition couvrant un droit de propriété intellectuelle appartenant à un club participant (ou à l'un de ses affiliés ou tiers sous contrat) et déposé avant la publication du présent règlement.

3. MARKETING SAUVAGE ET AUTRES INFRACTIONS

- 3.1. Lutte contre les infractions : La compétition (et les droits commerciaux sur la compétition) peut perdre une grande partie de sa valeur commerciale si un affilié d'un club ou un tiers sous contrat avec lui se livre au marketing sauvage ou le permet. Cette pratique peut considérablement diminuer la capacité de la FIFA à financer la compétition. Chaque club participant est par

conséquent tenu de veiller à ce que ses affiliés ou les tiers sous contrat avec lui (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 organisé par ou sous l’égide de la FIFA ; (ii) n’exploitent pas les biens incorporels associés à la compétition, à la FIFA ou à toute autre compétition ou événement organisé par ou sous l’égide de la FIFA ; et (iii) respectent les dispositions du présent règlement relatives à l’usage des marques de la compétition.

- 3.2. Notification aux clubs participants : Conformément à la pratique actuelle, la FIFA avise un club participant si l’un de ses affiliés ou tout tiers sous contrat avec lui 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 (y compris les marques de la compétition) ;
 - (ii) tenue d’un concours, loterie ou autre activité publicitaire ou promotionnelle non autorisé(e) impliquant, visant à impliquer ou pouvant raisonnablement être interprété comme impliquant l’usage de billets ou l’accès aux sites d’entraînement ;
 - (iii) infraction aux restrictions d’activité des affiliés du club ou des tiers sous contrat avec lui visées dans le présent règlement ; ou
 - (iv) toute autre activité de marketing sauvage.
- 3.3. Cadre : Les dispositions des al. 1 et 2 de l’art. 3 ci-dessus s’appliquent même dans le cas où les activités constitutives de l’infraction n’ont pas de rapport direct avec l’affilié du club participant pertinent ou le tiers sous contrat avec ce dernier.
- 3.4. Marketing sauvage : Sur notification écrite de la FIFA concernant toute activité de marketing sauvage ou de toute autre infraction de la part d’un affilié du club participant ou d’un tiers sous contrat avec lui, le club participant concerné veillera, en prenant toutes les mesures requises par la FIFA, à ce que ledit affilié ou tiers sous contrat avec lui cesse immédiatement ses activités et à ce qu’il fournisse à la FIFA des garanties écrites par lesquelles il accepte de cesser immédiatement ses activités et de ne jamais pratiquer tout type de marketing sauvage ou toute autre activité constituant une infraction au 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’un club participant ou d’un tiers sous contrat avec lui.
- 3.5. Notification par les clubs participants : Chaque club participant doit faire 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, le cas échéant, informer immédiatement la FIFA en conséquence.

PARTIE C : COMPÉTITION

4. INTRODUCTION

- 4.1. Validité du présent règlement : Le présent règlement est en vigueur pour toute la durée de la compétition, aussi bien les jours de match que les jours sans match.

5. EXPLOITATION DES DROITS MÉDIAS

- 5.1. Droits exclusifs de la FIFA : La FIFA est l'unique propriétaire des droits d'exploitation de tous les droits médias liés à la compétition. Sauf autorisation expresse de la FIFA, ni les associations membres, ni les clubs participants, ni l'association organisatrice, ni les confédérations, ni aucun tiers ne peut, dans quelque mesure que ce soit et à aucun moment avant, pendant ou après la compétition, exploiter l'intégralité ou une partie des droits médias relatifs à la compétition.
- 5.2. Matériel filmographique et photographique officiel de la FIFA : La FIFA a le droit exclusif de produire, enregistrer, exploiter et distribuer le matériel filmographique, que ce soit dans une optique commerciale ou non commerciale, y compris, sans toutefois s'y limiter, pour les documentaires relatifs à la compétition et/ou à la participation d'un club à la compétition, dont son équipe participante et tous les membres de sa délégation.

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 clubs participants ne peuvent produire, enregistrer, exploiter ou distribuer – et veiller à ce qu'aucun membre de leur délégation ni aucun tiers ne produise, n'enregistre, n'exploite ni 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'un club à ladite 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, le club participant sera tenu d'informer la FIFA – par écrit, en détail et d'ici au séminaire des équipes organisé par la FIFA avant la compétition – de tout projet, plan ou initiative de ce type pour qu'elle puisse l'évaluer et l'approuver, ou non. Seules les approbations écrites sont valables.

La FIFA publiera, en amont de la compétition, des directives régissant la production de tout matériel filmographique par les membres de la délégation d'une équipe.

- 5.3. Accès au vestiaire pour la production de vidéos et/ou photographies : Nonobstant l'art. 9, al. 2 ci-dessus et concernant uniquement la finale de la compétition, l'équipe victorieuse accordera aux équipes de FIFA TV ou à leurs mandataires un accès à son vestiaire (pour filmer – les images ne seront pas diffusées en direct – et photographier) dès son retour dans ledit vestiaire après la rencontre pour une durée approximative de 10 minutes. Les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires s'engagent à respecter la vie privée des membres de la délégation de l'équipe pendant

toute la durée de leur passage dans le vestiaire de l'équipe victorieuse et à s'efforcer de rester aussi discrets que possible, conformément à ce qui aura été convenu avec l'agent de liaison de l'équipe.

6. EXPLOITATION DES DROITS MARKETING

- 6.1. Droits exclusifs de la FIFA : La FIFA est l'unique propriétaire des droits d'exploitation de tous les droits marketing liés à la compétition. Ni les associations membres, ni les clubs participants, ni l'association 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 une partie ou la totalité des droits marketing liés à la compétition.

7. ÉQUIPEMENT, BOISSONS ET AUTRES ÉLÉMENTS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE

- 7.1. Règlement de l'équipement : Durant la période de la compétition, chaque club participant est tenu de respecter strictement le Règlement de l'équipement en vigueur. En cas de divergence entre le présent règlement et le Règlement de l'équipement, le présent règlement prévaut, les dispositions divergentes du Règlement de l'équipement devant alors être amendées en conséquence. Dans la 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 : La mention d'un seul et unique affilié du club à des fins publicitaires sur la tenue de jeu est permise sur le devant du maillot :
 - a. s'il s'agit d'une marque unie et non d'une quelconque forme de compilation ou d'une marque combinée. On entend par compilation ou marque combinée des représentations graphiques de sponsor composées d'au moins deux produits ou marques distinctes, ou d'un nom de marque combiné qui, s'il est dissocié, comprend au moins deux noms de la marque ;
 - b. si un affilié du club est le sponsor principal du club participant ;
 - c. si la publicité de l'affilié du club affichée pendant la compétition correspond à la publicité arborée sur le maillot des joueurs pendant la saison passée ou en cours du championnat national du club participant et/ou pendant la compétition internationale de clubs qui a permis au club participant de se qualifier pour la compétition ;
 - d. la surface occupée par la publicité de l'affilié du club ne doit pas excéder 200 cm² et doit être placée sur l'avant du maillot, au niveau du torse. Les lettres ne doivent pas dépasser 10 cm de haut ;
 - e. la publicité pour le tabac ou les boissons fortement alcoolisées (liqueurs et spiritueux) ainsi que les slogans de nature politique, sexiste, religieuse ou raciste,

ou soutenant d'autres causes contraires à la morale, sont strictement interdits ;

- f. Afin de dissiper tout doute, aucune publicité ou mention de l'affilié du club – sauf celle de l'équipementier, conformément au Règlement de l'équipement – n'est permise sur tout élément de la tenue de jeu.

L'équipement sportif du club participant doit être conforme au Règlement de l'équipement et à l'ensemble des règles applicables dans le pays de la compétition. Toute restriction énoncée dans le Règlement de l'équipement s'applique également 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 célébration » portés et/ou arborés par les membres de la délégation d'une équipe pendant ou après un match de la compétition.

- (ii) Sacs et autres éléments : Tout sac et/ou autre élément utilisé ou appartenant aux membres de la délégation d'une équipe 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 les zones mixtes) les jours de match et/ou les jours sans match (pour les séances d'entraînement officielles) doit être exempt de toute autre marque que (i) l'emblème officiel du club participant (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 25 cm². 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, accessoires, etc.) porté par les membres de la délégation d'une équipe dans une zone sous contrôle doit être totalement exempt de toute marque (commerciale ou de fabrication) d'un tiers (aussi bien cousue qu'attachée séparément) – seul l'emblème du club participant à laquelle ils appartiennent est autorisé. La même restriction s'applique à la fois aux éléments de la tenue de cérémonie et à ceux de l'équipement spécial si ceux-ci sont portés simultanément.
- (iv) Présentation de l'équipement à la FIFA : En vertu du Règlement de l'équipement, les clubs participants sont tenus de présenter à la FIFA un échantillon complet de leur tenue, pour approbation. Chaque club participant doit soumettre à la FIFA – pour approbation – un échantillon de tous les éléments destinés à être portés par les membres de sa délégation dans la zone sous contrôle pendant la durée de la compétition, à savoir tous les vêtements et équipements portés sous ou à la place de la tenue de jeu (y compris tout élément « de fête ») et toute tenue de cérémonie. La FIFA notifie aux clubs participants la date limite de présentation de ces articles.
- (v) Technologie portable : Avant de pouvoir être utilisé dans le cadre d'un match de la compétition, tout élément spécial porté par les joueurs à des fins d'analyse des

performances, tels que des systèmes électroniques de suivi et d'évaluation des performances, doit être testé et certifié par, ou sous l'égide de, la FIFA au regard de la Loi 4 des Lois du Jeu. Tout club participant ayant prévu d'utiliser de tels outils doit en informer la FIFA et s'assurer qu'ils figurent sur la liste de la FIFA relative aux outils approuvés, ou qu'ils sont en cours d'évaluation et certification afin d'être approuvés en amont de la compétition. De plus amples informations sur les tests et le processus de certification sont disponibles sur <https://football-technology.fifa.com/fr/standards/wearable-epts/>.

Les données recueillies par ces outils et toute interprétation de celles-ci ne peuvent être utilisées que par l'équipe participante et/ou le joueur concerné, et uniquement à des fins d'analyse des performances (données physiques, techniques et tactiques). Les données recueillies par ces outils et toute interprétation de celles-ci ne peuvent en aucun être utilisées à d'autres fins, notamment commerciales, ni par d'autres parties, et la divulgation de ces données et/ou de leur interprétation est strictement interdite. L'utilisation de ce type d'équipements spéciaux dans la surface technique d'un stade de la compétition est interdite. Aucune marque de fabricant ou de tiers n'est autorisée sur les équipements spéciaux portés à des fins d'analyse des performances, à l'exception d'une seule identification du fabricant apposée par impression ton sur ton et qui ne doit pas être visible lorsque l'équipement est utilisé.

Afin de préserver l'intégrité de la compétition et des droits de la FIFA y afférents, cette dernière peut imposer des restrictions quant à la collecte, l'utilisation et/ou l'interprétation des données recueillies par ces systèmes de suivi et d'analyse des performances.

7.2. Publicité sur l'équipement : Sauf mention contraire explicite dans le Règlement de l'équipement ou le 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) quelque marque ou nom de fabricant que ce soit

sur leur tenue de jeu, équipement spécial, autres éléments d'équipement, tenue de cérémonie, autre vêtement porté à la place de la tenue de jeu ou autres éléments utilisés (y compris, sans toutefois s'y limiter, les sacs, sacs à ballon, récipients pour 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 clubs qui disputent le match en question ou assistent à une cérémonie) et les jours sans match. Cette disposition s'applique à tous les effets personnels (y compris les couvre-chefs, les lunettes de soleil, les sacs, les bagages, les casques audio et autres accessoires de mode) portés ou possédés par les membres de la délégation d'une équipe.

- 7.3. Équipement des ramasseurs de balles, escortes de joueurs et porte-drapeaux : Nonobstant l’art. 59 du Règlement de l’équipement, les éléments d’équipement portés par les ramasseurs et ramasseuses de balles, escortes de joueurs et porte-drapeaux pendant les matches de la compétition peuvent arborer les marques des affiliés commerciaux approuvées par la FIFA.
- 7.4. Équipement technique : À son arrivée sur le territoire de la compétition, chaque équipe participante se verra remettre les articles suivants par le coordonnateur général de la FIFA, lesquels doivent être utilisés pendant toute la durée de la compétition :
- (i) 2 malles de premiers secours ;
 - (ii) un certain nombre de porte-bouteilles en plastique ;
 - (iii) 1 glacière ;
 - (iv) 50 bouteilles en plastique pour les boissons ;
 - (v) 3 x 2 brassards de capitaine aux couleurs contrastées ;
 - (vi) 3 sacs de 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 ou une séance d’entraînement officielle, le coordonnateur 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. Aucune autre chasuble ne peut être portée, qu’elle comporte 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 séances sur les sites d’entraînement, lors desquelles les membres de la délégation d’équipe sont autorisés à utiliser leur propre équipement technique fourni par des affiliés non commerciaux, lesdits membres 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 d’entraînement officielles organisées dans un stade de la compétition. Dans tous les cas, pendant toute séance organisée sur le site d’entraînement 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.

- 7.5. Consommation de boissons dans les zones sous contrôle : Les dispositions suivantes s’appliquent :

- (i) Mise à disposition de boissons : Les clubs participants reçoivent des produits de la marque The Coca-Cola Company, 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 clubs participants qui souhaitent consommer des boissons d'une autre marque doivent impérativement les stocker ou les conditionner dans les bouteilles en plastique fournies par la FIFA au titre de l'équipement technique visé au précédent art. 7, al. 4 avant d'arriver dans une zone sous contrôle.

- (ii) Boissons concurrentes : Il est expressément interdit aux clubs participants d'introduire des boissons de marques concurrentes de The Coca-Cola Company dans les zones sous contrôle, notamment les vestiaires, les abords des terrains dans les stades de la compétition, les zones d'activités médiatiques officielles 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.

8. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES SITES D'ENTRAÎNEMENT

- 8.1. Publicité : La seule publicité autorisée sur les sites d'entraînement est celle des affiliés commerciaux de la FIFA, qui sera installée par cette dernière à sa seule convenance. Les clubs participants ne sont pas autorisés à afficher, à organiser l'affichage ni à autoriser la distribution de matériel publicitaire ou promotionnel sur les sites d'entraînement. Nonobstant ce qui précède, les dispositions de l'art. 11, al. 2iv ci-dessous s'appliquent aux activités médiatiques des clubs sur les sites d'entraînement.
- 8.2. Spectateurs et billetterie : Toutes les séances d'entraînement sur les sites d'entraînement sont contrôlées par la FIFA et le COL. Il est interdit aux clubs participants, à leurs affiliés, ou à tout tiers sous contrat avec eux de se livrer à toute action publicitaire auprès des spectateurs qui assistent à une séance sur un site d'entraînement. Ni les clubs participants, 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 séances sur les sites d'entraînement.
- 8.3. Marque des sponsors sur les maillots d'entraînement et les chasubles d'échauffement/entraînement : Nonobstant l'art.7, al. 1 ci-dessus, tous les maillots destinés à l'entraînement, tous les éléments d'équipement et toutes les chasubles d'échauffement/entraînement portés par les membres de la délégation d'une équipe sur des sites d'entraînement peuvent comporter la marque des affiliés des clubs participants ou de tout tiers sous contrat avec eux.
- 8.4. Vente de nourriture et de boissons : À l'exception des accords de la FIFA avec ses affiliés commerciaux, les clubs participants ne peuvent conclure aucun accord avec des tiers pour la vente de nourriture et de boissons sur les sites d'entraînement.

- 8.5. Vente de produits dérivés : À l'exception des accords de la FIFA ou de tiers désignés par elle avec les détenteurs de licence officiels, aucun produit dérivé de tiers ni aucun autre produit sous licence ne peut être mis en vente ni distribué sur les sites d'entraînement.

9. ACTIVITÉS MÉDIATIQUES ET COOPÉRATION AVEC LES MÉDIAS DANS LES ZONES SOUS CONTRÔLE

- 9.1. Coopération avec les médias : Chaque club participant est tenu d'aider et de veiller à ce que chaque membre de sa délégation aide du mieux possible la FIFA, les équipes de FIFA TV, les représentants des détenteurs de droits médias et les représentants des médias accrédités dans leurs activités médiatiques pendant la durée de la compétition.
- 9.2. Accès aux équipes participantes : Pour aider la FIFA à documenter, couvrir et promouvoir la compétition, les clubs participants sont tenus d'aider et de veiller à ce que chaque membre de leur délégation aide du mieux possible les équipes de FIFA TV dans leurs tâches respectives. La FIFA approchera les équipes participantes afin de s'assurer de leur coopération à cet égard. Chaque club participant doit désigner un membre de sa délégation en qualité de responsable médias de l'équipe pour faire le lien entre la FIFA et le club.

Chaque club participant doit accorder à la FIFA, à ses officiels et/ou à leurs mandataires – sur demande raisonnable –, le droit non exclusif de bénéficier d'un accès prioritaire aux membres de sa délégation pour réaliser des interviews. Chaque club participant garantit à la FIFA, à ses officiels et/ou à leurs mandataires le droit d'accéder librement, à tout moment durant une période commençant cinq jours avant le premier match de de son équipe dans la compétition et s'achevant 12 heures après le coup de sifflet final du dernier match de son équipe, à toute zone de l'installation où l'équipe s'entraîne et/ou séjourne, et à toute zone où un match est organisé, y compris, sans toutefois s'y limiter, les sites d'entraînement, l'hôtel de l'équipe et tout espace médias du club.

L'accès aux vestiaires des équipes sur les sites d'entraînement, dans les stades de la compétition et dans les hôtels des équipes ne sera accordé que sur autorisation des membres compétents de la délégation de l'équipe – qui ne peut être refusée sans motif raisonnablement valable –, les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation devant primer en toutes circonstances.

Nonobstant ce qui précède, chaque club participant doit s'assurer que les membres de sa délégation se rendent – sur demande raisonnable de la FIFA, de ses officiels, des équipes de FIFA TV ou de leurs mandataires – dans l'espace de la zone mixte du stade et du site d'entraînement prévu par la FIFA pour accueillir les interviews d'après-match/entraînement.

- 9.3. Activités médiatiques :

- (i) Journée de rencontre entre les médias et les équipes : Afin que les médias puissent rencontrer les joueurs, entraîneurs et officiels des clubs et ainsi effectuer une présentation complète des équipes de la compétition, il est demandé aux clubs d'organiser une journée de rencontre entre les médias et l'équipe. Le lieu de rencontre doit être le stade du club participant ou son site d'entraînement. La rencontre doit idéalement se tenir fin octobre, ou immédiatement après la qualification du club si celle-ci est assurée plus tard.

Il est indispensable que les équipes de FIFA TV (y compris le diffuseur hôte de la compétition), les détenteurs de droits médias, les autres représentants de la FIFA ainsi que les représentants des médias nationaux et internationaux puissent participer à la journée de rencontre organisée par le club participant à l'intention des médias.

- (ii) Arrivée dans le territoire de la compétition : Le jour de son arrivée dans le territoire de la compétition, le club participant doit prendre part à des activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL en veillant à la présence de l'entraîneur principal et d'au moins un joueur de l'équipe ayant de fortes chances de faire partie du onze de départ pour le premier match de l'équipe dans la compétition. Il se peut que les équipes de FIFA TV filment le club participant à son arrivée dans le territoire de la compétition, le club participant devant alors permettre aux équipes de FIFA TV de le faire.
- (iii) Séances d'entraînement : Il est recommandé au club participant de permettre aux médias accrédités d'approcher l'entraîneur principal et au moins un joueur de l'équipe après toutes les séances d'entraînement – tenues dans un stade de la compétition ou ailleurs.
- (iv) Activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL dans les stades de la compétition : Chaque club participant est tenu de prendre part à et de soutenir les activités médiatiques officielles organisées par la FIFA/le COL dans le stade de la compétition dans lequel il doit disputer un match.
- a. À l'exception d'une séance d'entraînement en amont de chaque match, les clubs participants doivent ouvrir toutes leurs séances d'entraînement aux médias pendant les 15 premières minutes au minimum. Le club participant doit informer la FIFA par écrit s'il entend exiger le départ des représentants des médias et des officiels de la FIFA après les 15 premières minutes d'une séance d'entraînement ;
 - b. en aucun cas les officiels de la FIFA ou les représentants des médias ne seront autorisés à pénétrer sur le terrain avant, pendant ou après une séance d'entraînement ; et
 - c. la veille d'un jour de match – à l'issue de la séance d'entraînement officielle –, une conférence de presse officielle est organisée par la FIFA dans le stade où se

disputera le match. Cette conférence de presse requiert la présence de l'entraîneur principal de l'équipe et d'au moins un joueur ayant de fortes chances de faire partie du onze de départ pour le match concerné. Quel que soit l'endroit où a lieu la séance d'entraînement officielle, la conférence de presse est organisée dans le stade.

- (v) Activités médiatiques les jours de match : Les jours de match, chaque club participant doit s'assurer de participer aux activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL suivantes, coordonnées par la FIFA dans le stade de la compétition :
- a. suffisamment avant l'arrivée de la délégation de l'équipe en amont de chaque match de la compétition et en coordination avec la FIFA, le diffuseur hôte peut accéder au vestiaire de l'équipe afin de tourner des séquences. Cela comprend la réalisation d'interviews unilatérales (debout) par deux détenteurs de droits médias au maximum, filmés par le diffuseur hôte ;
 - b. à l'arrivée de la délégation de l'équipe avant chaque match, l'entraîneur principal ou d'autres membres de la délégation, ainsi que des joueurs figurant sur la liste de départ pour le match en question, peuvent se prêter à des « interviews à l'arrivée de l'équipe » ;
 - c. à la mi-temps de chaque match de la compétition, l'entraîneur principal ou d'autres membres de la délégation – à l'exception des joueurs figurant sur la liste de départ – peuvent se prêter à une interview flash par des détenteurs de droits médias dans une zone prévue à cet effet, sous réserve de l'accord du membre de la délégation concerné et de l'approbation de la FIFA ; et
 - d. après chaque match, l'entraîneur principal et certains joueurs de l'équipe doivent se prêter à des interviews réalisées par des représentants des détenteurs de droits médias. Ces interviews peuvent avoir lieu :
 - i. sous la forme d'interviews flash sur le terrain à proximité de la surface technique ;
 - ii. sous la forme d'interviews flash dans le tunnel menant au terrain ou à proximité des vestiaires ;
- (vi) Après chaque match :
- a. L'entraîneur principal de l'équipe doit participer à la conférence de presse officielle d'après-match, tout comme, le cas échéant, le(s) joueur(s) récompensé(s) d'une distinction individuelle (« Joueur du match », etc.).
 - b. Tous les joueurs de l'équipe doivent passer par la zone mixte du stade ; et

- c. les joueurs sélectionnés pour un contrôle de dopage doivent rester disponibles pour les interviews flash d'après-match et, le cas échéant, pour la conférence de presse officielle d'après-match ainsi que pour la zone mixte (avant le contrôle, accompagnés d'une escorte et d'un responsable médias de la FIFA) ;
- (vii) tout matériel publicitaire ou de marque pouvant avoir un lien avec un quelconque tiers (y compris les affiliés des clubs participants ou tout tiers sous contrat avec eux) est interdit lors des activités médiatiques officielles de la FIFA/du COL. Cette restriction inclut, sans toutefois s'y limiter, les arrière-plans, la signalisation, les produits, les services, et, sauf mention contraire dans le Règlement de l'équipement ou aux al. 1 à 5 de l'art. 7 du présent règlement, les marques sur l'équipement, autres vêtements ou équipements supplémentaires portés ou utilisés par les joueurs et/ou d'autres membres de la délégation de l'équipe.
- (viii) les guides et autres publications à l'intention des médias ne peuvent être distribués – directement ou au nom de – par un club participant, un de ses affiliés et/ou un quelconque tiers lors d'une quelconque activité médiatique officielle de la FIFA/du COL, sauf approbation écrite préalable de la FIFA ; et
- (ix) les joueurs et les autres membres de la délégation de l'équipe ne doivent en aucun cas faire verbalement référence à :
 - a. un affilié du club ni un tiers sous contrat avec ledit club ;
 - b. un sponsor d'un membre de la délégation de l'équipe ; ou
 - c. une autre entité commerciale.

10. RÈGLES SPÉCIFIQUES POUR LES HÔTELS DES ÉQUIPES

- 10.1. Publicité : Les clubs participants ne sont pas autorisés à afficher, à organiser l'affichage ni à autoriser l'affichage de matériel publicitaire ou promotionnel dans les hôtels de leur équipe, sur le terrain desdits hôtels ni dans les zones en libre accès à l'intérieur de ces hôtels (telles que le hall d'entrée). Nonobstant ce qui précède, les dispositions de l'art. 11, al. 2iii ci-dessous s'appliquent aux activités médiatiques des clubs dans les hôtels des équipes.
- 10.2. Marque des sponsors sur les maillots d'entraînement : Nonobstant l'art. 7, al. 1 ci-avant, tous les maillots destinés à l'entraînement et tous les éléments supplémentaires d'équipement portés par les membres de la délégation d'une équipe dans leurs hôtels peuvent comporter la marque des affiliés du club.
- 10.3. Activités d'enregistrement vidéo de la FIFA : Sur demande raisonnable, la FIFA, les équipes de FIFA TV ou leurs mandataires doivent disposer d'une salle dans l'hôtel de l'équipe afin de réaliser des interviews.

- 10.4. Activités médiatiques : Chaque club participant est tenu d'aider et de veiller à ce que chaque membre de sa délégation aide raisonnablement la FIFA dans ses activités médiatiques dans les hôtels des équipes, les préoccupations d'ordre sportif et la préservation de la vie privée des membres de la délégation devant primer en toutes circonstances.

11. ACTIVITÉS DES CLUBS PARTICIPANTS

- 11.1. Affichage et distribution de matériel promotionnel : Sauf mention contraire ci-après, les clubs participants ne sont pas autorisés 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. Ils doivent veiller à ce que les membres de leur délégation respectent également cette interdiction. En particulier, les clubs participants ne sont pas autorisés à :

- (i) 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 clubs participants ou à tout tiers sous contrat avec eux, de s'associer à la FIFA et/ou à la compétition ;
- (ii) vendre ou autoriser la vente ou la distribution de nourriture et de boissons dans les zones sous contrôle ;
- (iii) vendre ou autoriser la vente ou la distribution de tout produit dérivé (réplique de la tenue de l'équipe, ballons, cadeaux, etc.) dans les zones sous contrôle ; ou
- (iv) 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 les éléments énoncés aux paragraphes iii et iv de l'al. 2 de l'art. 11 ci-dessous.

- 11.2. Activités médiatiques des clubs :

Les restrictions énoncées à l'art. 9 s'appliquent également à toutes les activités médiatiques des clubs organisées en dehors des zones sous contrôle. Les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Arrière-plans de presse : L'arrière-plan installé derrière les membres de la délégation de l'équipe lors des activités médiatiques des clubs peut comporter de la publicité et/ou des marques de tiers (affiliés des clubs, etc.), mais cette publicité et/ou ces marques :
 - a. ne doi(ven)t en aucun cas, de l'avis de la FIFA, donner lieu à une association de ces tiers avec la FIFA et/ou avec la compétition (ou avec certaines parties de celle-ci) ;
 - b. ne doi(ven)t 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) ;

- c. doi(ven)t mettre en évidence l’emblème du club participant ; et
- d. doi(ven)t indiquer la nature de la relation qui existe entre ce tiers et le club (ex. « sponsor officiel du club participant »).

Tout arrière-plan de presse utilisé pendant la compétition par un club participant en dehors des zones sous contrôle nécessite l’autorisation écrite préalable de la FIFA.

- (ii) Lieu : Excepté aux conditions énoncées aux paragraphes iii et iv ci-après, aucune activité médiatique de club ne peut avoir lieu dans les zones sous contrôle ;
 - (iii) Hôtels des équipes : les clubs participants sont autorisés à tenir des activités médiatiques dans une salle prévue à cet effet dans l’hôtel de l’équipe, sous réserve qu’ils se conforment aux autres dispositions du présent art. 11, al. 2. Cette salle ne doit pas être le hall d’entrée de l’hôtel et ce qui se passe à l’intérieur ne doit pas pouvoir être visible du hall d’entrée. Il est strictement interdit aux clubs participants de tenir des activités médiatiques en tout autre lieu de l’hôtel de l’équipe.
 - (iv) Sites d’entraînement : Les clubs participants sont autorisés à tenir des activités médiatiques dans les endroits désignés par la FIFA dans une salle fermée mise à disposition dans l’enceinte de chaque site d’entraînement, sous réserve qu’ils se conforment aux autres dispositions du présent art. 11.
- 11.3. Appareils enregistreurs personnels : Les clubs participants doivent veiller à ce que les membres de leur délégation n’utilisent, ni n’autorisent des tiers à utiliser aucune image animée enregistrée 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 images est également interdit. Les clubs participants doivent aussi s’abstenir d’utiliser, et interdire l’utilisation de – dès lors qu’ils en ont connaissance –, tout appareil enregistreur dans les zones sous contrôle (excepté l’hôtel de leur équipe).
- 11.4. Enregistrements vidéo : Les clubs participants sont autorisés à réaliser leurs propres enregistrements vidéo des matches de la compétition, mais uniquement à des fins d’analyse de performance technique et sous réserve du respect des conditions suivantes :
- (i) une seule caméra peut être utilisée par club participant. Cette caméra doit être identifiée par un autocollant et placée à l’endroit spécifié par la FIFA au sein du stade de la compétition concerné. Aucun enregistrement vidéo ne peut être réalisé depuis un autre emplacement ;
 - (ii) seuls des équipements légers peuvent être utilisés. Les équipements du même type que ceux utilisés par les diffuseurs professionnels sont strictement interdits. Il revient

à la FIFA d'approuver les équipements et sa décision est sans appel ;

- (iii) le membre de la délégation de l'équipe effectuant l'enregistrement est tenu de porter la chasuble distribuée à cette fin par la FIFA au début de la compétition. Une seule chasuble est distribuée à chaque club participant, avec obligation de la rendre à la FIFA après le dernier match de l'équipe dans la compétition ;
- (iv) seuls les membres de la délégation d'une équipe sont habilités à réaliser ces enregistrements ;
- (v) aucun enregistrement n'est autorisé à des fins autres qu'une analyse de performance technique et aucun enregistrement ne peut avoir lieu à un autre endroit que celui spécifié à l'art. 11, al. 4 (i) ci-avant. Il est ainsi interdit d'effectuer des enregistrements dans les vestiaires, en zone mixte, en conférence de presse ou ailleurs, et pour quelque autre raison que ce soit ;
- (vi) les enregistrements vidéo ne sont autorisés qu'à des fins d'analyse de performance technique. Ils ne peuvent servir à documenter de manière plus générale la participation de l'équipe à la compétition ni son séjour sur le territoire de la compétition ou autre ;
- (vii) aucune image prise sur un site placé sous l'autorité de la FIFA (y compris les stades de la compétition) ne peut être utilisée à des fins commerciales de quelque nature que ce soit, ni durant, ni après la compétition. Nonobstant les autres dispositions du présent règlement, les clubs participants reconnaissent que toute infraction aux dispositions du présent art. 11, al. 4 est susceptible d'entraîner une violation par la FIFA de ses propres accords commerciaux ainsi que de causer des dommages considérables pour lesquels le club participant concerné peut être tenu responsable.

11.5. Stades de la compétition : Les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Publicité : La seule publicité autorisée dans les stades de la compétition est celle des affiliés commerciaux, qui sera installée par la FIFA. Les clubs participants ne sont pas autorisés 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 énoncées à l'art. 7, al. 4 ci-avant ainsi que les dispositions relatives aux boissons énoncées à l'art. 7, al. 5 ci-avant s'appliquent également aux 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 clubs participants, à leurs affiliés et/ou à tout

autre tiers sous contrat avec eux de se livrer à toute action publicitaire auprès des spectateurs qui assistent à un entraînement dans un stade de la compétition. Ni les clubs participants ni leurs affiliés ni aucun autre tiers ne peut vendre de billets pour les entraînements qui ont lieu dans les stades de la compétition.

11.6. Sites d'entraînement : À partir de cinq jours avant le premier match de l'équipe dans la compétition et jusqu'à son dernier match dans ladite compétition, l'équipe en question doit utiliser exclusivement les sites d'entraînement qui lui ont été officiellement attribués par la FIFA. Tout site utilisé avant la compétition par une équipe comme site d'entraînement doit être exempt de toute autre marque d'identification (panneaux, signalisation, etc.) et ne donner lieu à aucune autre activité commerciale que celles des affiliés commerciaux et ce, à partir de cinq jours avant le premier match de l'équipe dans la compétition.

11.7. Transport : Les dispositions suivantes s'appliquent :

(i) Bus à la disposition de l'équipe : Chaque club participant se voit allouer un bus dédié au transport de son équipe pour toute la durée de la compétition. Il doit veiller à ce que ce bus soit l'unique moyen de locomotion utilisé par les joueurs et les officiels de son équipe pour tous les événements relatifs à la compétition (allers et retours aux matches de la compétition, aux séances entraînements et/ou aux cérémonies officielles, etc.). Exceptés 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 des affiliés commerciaux des clubs participants ou de tout autre tiers sous contrat avec eux) ne peut être affiché sur le bus ni à l'intérieur de celui-ci ;

(ii) Autres véhicules : Tout autre véhicule utilisé par les clubs participants et/ou tout membre de leur délégation pour entrer dans une zone sous contrôle doit être exempt de toute marque autre que (i) celle du véhicule en question, (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 clubs participants et/ou les membres de leur délégation ne sont pas autorisés à retirer ces marques sur ces autres véhicules. Aucun matériel promotionnel d'un tiers, y compris d'un affilié du club ou d'un tiers sous contrat avec lui, ne doit être affiché sur le véhicule ou à l'intérieur de celui-ci.

11.8. Matches amicaux : tous les clubs participants sont libres d'organiser des matches amicaux avant la compétition sur le territoire de la compétition et d'y participer, sous réserve que :

- (i) la FIFA soit informée de l'heure et du lieu tous les matches amicaux/de préparation ;
- (ii) la FIFA et l'association organisatrice aient donné leur consentement écrit préalable ;
- (iii) aucun de ces matches ne soit disputé dans un stade de la compétition ; et
- (iv) dans le cas où la FIFA et l'association organisatrice ont donné leur accord pour la

tenue d'un tel match, aucun lien ne soit établi entre le match amical et la compétition, qu'aucune marque de la compétition ne soit utilisée et qu'aucune association syntaxique ne soit établie (ex. : « En route pour... ») dans quelque support marketing, promotionnel ou publicitaire que ce soit, produit dans le cadre dudit match.

11.9. Espace médias des équipes : les clubs participants peuvent mettre en place leurs propres centres des médias avant et pendant la compétition. Tous les frais liés à l'installation et à la gestion de l'espace médias de l'équipe sont entièrement à la charge du club participant concerné.

11.10. Participation aux activités sociales et autres événements : Chaque club participant doit veiller à ce que les membres de sa délégation soient disponibles pour participer au moins aux événements officiels suivants – associés à la compétition et déterminés par la FIFA : un déjeuner officiel et une séance d'entraînement officielle.

Sauf mention contraire dans le présent règlement ou approbation de la FIFA, chaque club participant doit veiller à ce que ni son équipe ni les membres de sa délégation ou autre représentant ne prennent part, pendant leur séjour dans le pays hôte pour la compétition, à une activité sociale, promotionnelle ou autre qui ne soit pas gérée, organisée ou tenue par les sponsors officiels de la compétition.

11.11. Utilisation de supports numériques par les membres de la délégation de l'équipe : Afin de protéger la vie privée des membres de la délégation d'une équipe, 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 club participant doit veiller à ce que tous les membres de sa délégation qui mettent en ligne du contenu 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 alors qu'ils se trouvent dans une zone sous contrôle, sauf dans leur hôtel ;
- (ii) tout contenu mis en ligne ne doit porter que sur l'expérience personnelle du membre en question en lien avec la compétition. Nonobstant ce qui précède, il est interdit de mettre en ligne des interviews d'autres membres de sa délégation, de membres de la délégation d'autres équipes 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 à un tiers, y compris, sans toutefois s'y limiter, toute information susceptible de compromettre la sécurité, la tenue ou l'organisation de la compétition, la sécurité de tout club participant ou celle de sa délégation, ou la vie privée de tout membre de la délégation de l'équipe, de membres de la délégation

d'autres équipes 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 mention contraire explicite dans le présent paragraphe v, les membres de la délégation d'une équipe ne doivent pas utiliser de marques de la compétition. Sur leurs pages de médias sociaux ou sur leurs blogs, les membres de la délégation d'une équipe peuvent utiliser :
 - a. la marque verbale « Coupe du Monde des Clubs de la FIFA » (et ses équivalents dans toutes les langues) ;
 - b. la marque verbale « Coupe du Monde » (et ses équivalents dans toutes les langues) ; et
 - c. tout autre mot en relation avec la FIFA ;

le mot « FIFA » et d'autres mots en relation avec la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA™ sous réserve qu'ils ne soient pas associés à un tiers ou aux produits ou services d'un tiers, 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 une quelconque référence commerciale en rapport avec le contenu mis en ligne sur leur propre support numérique. Cela implique notamment qu'aucune opportunité publicitaire ou de sponsoring ne soit proposée et/ou vendue à des tiers en relation avec du contenu lié à la FIFA ou à la compétition ;
- (vii) les membres de la délégation d'une équipe peuvent mettre en ligne du contenu lié à la FIFA ou à la compétition sur tout support numérique de tiers, sous réserve que, de l'avis de la FIFA, aucune association ne puisse être faite entre ces tiers, tout produit ou entreprise et du contenu lié à la FIFA ou à la compétition, et sous réserve que ce contenu ne soit aucunement utilisé à des fins commerciales ;
- (viii) les membres de la délégation d'une équipe doivent s'abstenir d'utiliser – et veiller à ce qu'aucun tiers n'utilise ou ne mettent en ligne – du contenu lié à la FIFA ou à la compétition à des fins de marketing sauvage ;
- (ix) les membres de la délégation d'une équipe ne peuvent conclure un accord commercial ou non commercial exclusif avec quelque tiers 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 des

noms de domaine comportant les mots « FIFA » ou « Coupe du Monde », ou toute variation 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/Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020 ;

- (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 et répondant aux exigences du présent règlement, sont encouragés à renvoyer leur blog ou pages de médias sociaux vers FIFA.com – le site officiel de la FIFA –, ou vers tout autre support numérique utilisé ou opéré par la FIFA.

Chaque club participant doit informer les membres de sa délégation que lorsqu'ils choisissent de rendre publiques leurs opinions ou déclarations sur un support numérique, il leur incombe d'assumer l'entière responsabilité de leurs propos. Ils peuvent en effet être personnellement responsables de tout commentaire jugé diffamatoire, obscène ou portant atteinte à la propriété individuelle.

12. RÈGLEMENT DU TROPHÉE

12.1. Conditions d'utilisation du trophée – vainqueur 2020 : L'équipe victorieuse se verra remettre le trophée du vainqueur – qu'elle pourra conserver temporairement – lors d'une cérémonie organisée sur le terrain directement après le coup de sifflet final de la finale de la compétition. En aucun cas les affiliés du club victorieux ni aucun tiers sous contrat avec lui ne peuvent créer d'association entre eux et le trophée et/ou le trophée du vainqueur et/ou une réplique miniature du trophée. Il convient en particulier de noter que :

- (i) le trophée du vainqueur ne doit pas être exposé lors d'une quelconque activité médiatique d'un club participant ou lors de toute conférence de presse dont l'arrière-plan ou tout autre élément du décor reproduit les marques d'une entité commerciale qui n'est pas un affilié commercial de la FIFA ;
- (ii) le trophée du vainqueur ne doit pas être exhibé, y compris dans le cadre d'une parade, lors d'un quelconque événement sponsorisé par les affiliés du club participant ou des tiers sous contrat avec lui, ou faisant apparaître leurs marques. Cette interdiction vaut par exemple pour les tournées de célébration où les marques d'un quelconque affilié du club victorieux ou de toute autre entité commerciale sont visibles ;
- (iii) les affiliés du club victorieux ou tout tiers sous contrat avec lui ne sont pas habilités à utiliser le trophée, le trophée du vainqueur, ou des images de celui-ci ou de toute réplique du trophée (y compris le trophée du vainqueur) dans du matériel publicitaire ou promotionnel ou sur un quelconque support numérique célébrant le succès de l'équipe victorieuse.

Afin de préserver le statut et la valeur commerciale du trophée, chaque club participant convient que :

- (i) il n'est pas habilité à produire ses propres répliques non officielles du trophée, à l'exception des répliques du trophée visées ci-après ;
- (ii) ni le trophée ni le trophée du vainqueur ni une autre réplique du trophée ne doivent être utilisés, représentés ou exposés d'une quelconque manière qui pourrait être jugée inappropriée, dégradante ou préjudiciable vis-à-vis de la valeur intrinsèque, de la marque, de l'image ou de la réputation du trophée ;
- (iii) l'utilisation et l'octroi d'une licence d'utilisation de l'image du trophée ou du trophée du vainqueur sur des pièces de vêtement ou tout autre produit dérivé sont interdits ;
- (iv) le trophée est une marque déposée de la FIFA, le club participant victorieux ne détenant aucun droit ni aucune licence – et ne pouvant accorder de droit ou de licence – d'utilisation sur les photographies du trophée, du trophée du vainqueur ou de toute réplique du trophée à une quelconque fin commerciale autre que purement rédactionnelle, pour accompagner un texte écrit sur support électronique ou imprimé. Le club participant victorieux s'engage à rappeler ces restrictions aux photographes et représentants de la presse et des médias avant les expositions officielles du trophée, du trophée du vainqueur ou d'autres répliques du trophée ; et
- (v) le club participant victorieux doit prendre, à ses frais, toutes les mesures raisonnables permettant de garantir la sécurité du trophée du vainqueur pendant toute la durée où il est en sa possession.

Sous réserve de l'accord écrit préalable de la FIFA, le club victorieux peut, à ses frais, charger le fabricant de la FIFA de réaliser des répliques miniatures du trophée pour les remettre aux membres de sa délégation, sous réserve qu'ils s'engagent tous envers la FIFA à ne pas utiliser lesdites répliques miniatures du trophée à une quelconque fin commerciale. La taille de ces répliques miniatures ne peut dépasser 15 cm de haut ; seules des répliques grandeur nature du trophée sont autorisées.

Il convient par ailleurs de noter les autres exigences suivantes :

- (i) le trophée du vainqueur peut rester temporairement sous la garde du club victorieux, mais reste en tout temps la propriété de la FIFA et doit lui être immédiatement rendu sur demande écrite ;
- (ii) sans l'autorisation écrite préalable de la FIFA, le trophée du vainqueur ne peut être confié à aucun tiers pour être exposé ou utilisé ;
- (iii) toute tournée faisant intervenir le trophée du vainqueur nécessite l'autorisation écrite

préalable de la FIFA.

- 12.2. Conditions d'utilisation du trophée pour les anciens vainqueurs : Les trophées remis aux vainqueurs des éditions précédentes de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA doivent rester sous le contrôle direct des clubs concernés et ne pas quitter le pays du club en question sans l'accord écrit préalable de la FIFA. Les clubs qui se sont vu remettre le trophée du vainqueur doivent veiller à que celui-ci soit toujours présenté dans le contexte historique de la compétition lors de laquelle il a été attribué et prendre les dispositions nécessaires pour qu'il ne puisse aucunement être utilisé d'une quelconque manière pouvant donner lieu à une association d'un quelconque tiers – affiliés commerciaux, affiliés du club et/ou tout tiers sous contrat avec lui – avec le trophée, la compétition et/ou les éditions précédentes de la compétition. Les affiliés des clubs participants et/ou les tiers sous contrat avec eux ne peuvent notamment obtenir aucun droit ni visibilité en présence du trophée, du trophée du vainqueur ou d'une réplique du trophée. Cela vaut aussi pour les parades et les photos du vainqueur de la compétition avec le trophée ou le trophée du vainqueur.
- 12.3. Restrictions sur les produits dérivés pour les anciens vainqueurs : Les clubs ayant remporté une édition de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA ne sont pas autorisés à développer, créer, utiliser, vendre ou distribuer du matériel ou des articles publicitaires à l'effigie du trophée ou d'une quelconque marque, emblème ou appareil/équipement renvoyant à une précédente édition de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA. En outre, ni le trophée, ni le trophée du vainqueur, ni toute représentation stylisée de celui-ci ne peuvent être affichés sur un support numérique.

13. UTILISATION DES MARQUES DE LA COMPÉTITION

- 13.1. Utilisation des marques de la compétition par les clubs participants : Les dispositions suivantes s'appliquent :
- (i) Généralités : Les clubs participants ne peuvent utiliser les marques de la compétition et le logo combiné que pour 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 clubs participants et/ou leurs affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec eux est strictement interdite. Les dispositions du présent art. 13, al. 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 clubs participants par la FIFA.
 - (ii) Nom de la compétition : les clubs participants sont tenus, lorsqu'ils se réfèrent à la compétition – ce qui n'est autorisé que dans un contexte rédactionnel –, d'utiliser uniquement le nom officiel de la compétition.
 - (iii) Logo combiné : les clubs participants sont autorisés à créer un logo combiné reprenant à la fois l'emblème de la compétition et leur propre emblème. Sur demande adressée par courriel à l'adresse <mailto:ma.approvals@fifa.org>, les clubs

participants peuvent télécharger – via les archives numériques de la FIFA (www.FIFAdigitalarchive.com) – les visuels nécessaires à la réalisation d'un logo combiné. Le logo combiné ne peut être composé que de l'emblème de la compétition et de l'emblème du club participant, ainsi que de la mention « Finaliste ». 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 être placée à proximité d'un logo combiné de manière à laisser croire qu'elle puisse en faire partie. Les clubs participants doivent obtenir l'autorisation écrite de la FIFA avant de pouvoir utiliser leur logo combiné. Le logo combiné envisagé doit par conséquent être soumis à la FIFA par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org. Afin de dissiper tout doute, toute utilisation du logo combiné doit aussi être soumise à la FIFA pour approbation, conformément au paragraphe viii du présent art. 13, al. 1.

- (iv) Utilisation 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 du club ou de tiers autres que les affiliés commerciaux de la FIFA.

De plus, les clubs participants ne peuvent utiliser ni les marques de la compétition ni le logo combiné de l'une des manières suivantes :

- dans le cadre de toute activité ou gros titre publicitaire ou promotionnel en rapport avec leurs affiliés ;
- sur les cadeaux, prix, produits dérivés, vêtements ou équipements destinés à la vente au public (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 clubs : Les clubs participants doivent s'assurer qu'aucune marque de la compétition ni logo combiné (ni autre marque déposée liée à la compétition) ne figure sur le matériel écrit (papier ou électronique) produit dans le cadre de leur participation à la compétition (affiches, guides, guides à l'usage des médias, programmes, magazines, cartes, plaquettes, livres, publications sur support électronique, CD-ROM, bulletins, etc.) autrement que dans un contexte purement rédactionnel. Par exemple, aucune désignation commerciale ou publicité (y compris celles des affiliés des clubs participants ou d'autres tiers sous contrat avec eux) ne peut être reproduite sur la première ou la quatrième de couverture de la publication d'un club participant lorsqu'une marque de la compétition et/ou le logo combiné y figurent déjà. Le nom de la compétition ne peut être utilisé qu'à des fins rédactionnelles descriptives. Les marques de la compétition et le logo combiné peuvent apparaître – uniquement dans un contexte purement rédactionnel – à l'intérieur des publications

des clubs participants 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 papiers des clubs participants doivent être suffisamment clairs pour empêcher toute confusion avec les publications de la FIFA et/ou du COL. Par exemple, le titre suivant est considéré comme acceptable :

- « [Nom de la publication] officiel[le] de l'équipe de/du [Équipe] à la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020™ ».

L'ensemble du matériel imprimé doit toutefois être préalablement soumis à l'approbation de la FIFA, conformément à l'art. 13, al. 1viii.

- (vi) Association avec les affiliés des clubs : Les clubs participants doivent aussi veiller à ce que leur matériel promotionnel ne donne lieu à aucune association d'aucune sorte entre leurs affiliés, ou des tiers sous contrat avec eux, et la compétition. Il est interdit aux affiliés des clubs participants et/ou aux tiers sous contrat avec eux 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 pour la compétition en question ou de pouvoir utiliser la désignation (par exemple) « [sponsor] de [Club participant] lors de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA, Qatar 2020™ ».
- (vii) Autres marques : Les clubs participants ne doivent utiliser aucune autre marque, emblème, symbole, logo ou phrase pour désigner la compétition (notamment le trophée). Ils doivent en outre veiller à ce que leurs affiliés et/ou les tiers sous contrat avec eux en fassent de même.
- (viii) Approbatons : Toutes les utilisations envisagées des marques de la compétition et du logo combiné (accompagnées d'un résumé du contexte et du canal de distribution envisagés) doivent être soumis à l'approbation de la FIFA, via le formulaire d'approbation des marques – téléchargeable depuis les archives numériques de la FIFA – ou par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org. Le formulaire sera transmis au coordonnateur des approbations compétent de la FIFA. Des échantillons 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 marques et logos des affiliés des clubs participants et de tout autre tiers doivent également être soumis à la FIFA pour approbation écrite préalable à l'utilisation dudit matériel. Ces échantillons doivent être soumis au moins 30 jours avant le début de la compétition. Les clubs participants sont tenus 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 clubs : Les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Lien vers FIFA.com : chaque club participant 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 par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org. Il convient de noter que le logo de www.FIFA.com ne peut être utilisé d'aucune autre façon et par aucun tiers (affilié d'un club participant et/ou tiers sous contrat avec lui). De plus, le logo FIFA.com ne doit pas apparaître à proximité immédiate des marques ou des noms d'un quelconque affilié d'un club participant et/ou d'un tiers sous contrat avec lui ;

- (ii) Package de syndication : les clubs participants peuvent se procurer auprès de la sous-division Médias numériques de la FIFA un package de syndication du contenu FIFA.com à intégrer à leur site Internet, Ce package contient notamment les scores les plus récents et les dernières actualités.
- (iii) Utilisation en ligne des marques de la compétition et du logo combiné : les clubs participants 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 l'autorisation écrite préalable de la FIFA (à demander par courriel à l'adresse ma.approvals@fifa.org) ;
 - de ne pas les utiliser en relation avec ni à proximité du nom et/ou du logo d'une entité commerciale telle que les affiliés des clubs participants ou tout tiers sous contrat avec eux ;
 - de ne pas les utiliser comme lien hypertexte renvoyant vers un site ou une page Internet ; d'utiliser un lien texte si un lien vers un autre site 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.
- (iv) Adresses URL : Le nom de la compétition ne doit pas figurer dans les adresses URL des sites Internet des clubs participants.

14. BILLETTERIE DE LA COMPÉTITION

- 14.1. Conditions générales de billetterie : Les clubs participants doivent se conformer, et veiller à ce que leurs invités se conforment, aux conditions générales de billetterie, aux dispositions ainsi qu'aux règlements établis et/ou promulgués par la FIFA et/ou un tiers autorisé par cette dernière pour la distribution de billets de la compétition.
- 14.2. Utilisation à des fins publicitaires et/ou promotionnelles : Chaque club participant 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 comme étant basée sur l'utilisation

de billets pour la compétition ou pour les entraînements officiels ou non officiels sur le territoire de la compétition pendant la durée de cette dernière, ou de billets pour tout autre événement relatif à la compétition organisé par ou sous l'égide de la FIFA. Les clubs participants doivent veiller en particulier à ce que leurs 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, en lien avec sa participation à ces activités, de recevoir ou de pouvoir réclamer un billet pour la compétition.

- 14.3. Comportement des invités, des affiliés et des clients des clubs participants : Les clubs participants doivent veiller à ce que leurs invités, leurs affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec eux soient informés des conditions générales régissant les billets de la compétition et s'y conforment.
- 14.4. Marketing sauvage : Chaque club participant doit veiller à ce que ses invités et ses affiliés et/ou tout tiers sous contrat avec lui s'abstiennent de toute activité publicitaire et/ou promotionnelle qui pourrait être raisonnablement considérée comme parasitant les droits exclusifs des affiliés commerciaux de la FIFA, des détenteurs de droits médias 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 d'autres droits d'accès à celle-ci.

PARTIE D : DIVERS

15. DIVERS

- 15.1. Principes : Chaque club participant doit veiller à ce que les membres de sa délégation aient lu et compris le présent règlement. Il doit notifier sans délai ses affiliés et tiers sous contrat de la teneur du présent règlement en exigeant d'eux qu'ils s'y conforment. Les clubs participants sont tenus de veiller à ce que les membres de leur délégation et leurs affiliés et/ou tiers sous contrat respectent pleinement le présent règlement ainsi que toute directive et décision de la FIFA.
- 15.2. Mesures disciplinaires : Toute violation du présent règlement ou de tout autre règlement, circulaire, directive et/ou décision de la FIFA qui ne tombe pas sous la responsabilité d'autres autorités sera traitée par la Commission de Discipline de la FIFA conformément au Code disciplinaire de la FIFA et à toutes les circulaires et directives applicables.
- 15.3. Objets interdits : Tout article utilisé dans une zone sous contrôle par un club participant ou un membre de sa délégation en violation du présent règlement sera retiré, confisqué ou recouvert, à la discrétion des officiels de la FIFA responsables, et ledit club sera passible de sanctions prononcées par la Commission de Discipline de la FIFA.
- 15.4. Absence de responsabilité : La FIFA ne pourra être tenue pour responsable vis-à-vis d'un quelconque club participant 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.
- 15.5. Interprétation : Tous les termes utilisés dans le présent règlement ont la signification qui leur a été associée dans la partie A « Définitions », à moins que le contexte indique spécifiquement autre chose. Les termes employés au singulier s'entendent également au pluriel et vice versa ; toute phrase comportant les termes « notamment », « y compris » « plus particulièrement », « par exemple », « tels que » ou toute expression similaire ne limite aucunement le sens des mots précédents ou suivants.
- 15.6. Divergence : En cas de divergence entre le règlement de la compétition, le Règlement de l'équipement et le présent règlement, ce dernier prévaut. Le règlement de la compétition et le Règlement de l'équipement doivent alors être considérés comme ayant été amendés en conséquence.
- 15.7. Amendements : sur notification aux clubs participants, la FIFA est habilitée à amender le présent règlement à tout moment et à son entière discrétion.

La FIFA est habilitée, à son entière discrétion, à publier à tout moment avant la compétition des directives et circulaires précisant les dispositions du présent règlement ou des parties de celui-ci.

- 15.8. Cas non prévus : Tout cas non prévu dans le présent règlement (y compris les cas de force majeure) est traité par le Conseil de la FIFA, dont la décision est définitive et contraignante.
- 15.9. Langues : Le présent règlement est disponible dans les quatre langues officielles de la FIFA (allemand, anglais, espagnol et français). En cas de divergence dans l'interprétation des traductions française, allemande ou espagnol, le texte anglais fait foi.
- 15.10. 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 nullement 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 peut être considérée comme telle. Le manquement par 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 à 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.
- 15.11. Coupes du Monde des Clubs de la FIFA futures : Le présent règlement s'applique uniquement à la compétition et à tout événement lié à la compétition évoqué ci-avant. Il ne s'applique par conséquent pas, ou ne devrait pas être considéré comme s'appliquant, aux éditions futures de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA™. Aucun élément du présent règlement ne peut être invoqué ou établir un précédent vis-à-vis d'une compétition de la FIFA autre que celle à laquelle s'applique le présent règlement.

Annexe

Trophée de la Coupe du Monde des Clubs de la FIFA™

