



COMMUNICATION ET PUBLICITÉ EN RAPPORT AVEC LES JEUX OLYMPIQUES

Lignes directrices destinées aux athlètes, fédérations,
sponsors, entreprises, médias et autorités

Mai 2017

RÉSUMÉ

NOTIONS IMPORTANTES	1
BON À SAVOIR	2
- For the spirit of sport	2
PRINCIPES DE LA PROTECTION DE LA MARQUE	3
ATHLÈTES ET LEURS FÉDÉRATIONS	4
- Statut	4
- Recherche de sponsors	4
- Apparitions personnelles	5
- Apparitions numériques	6
ENTREPRISES ET SPONSORS NON OLYMPIQUES	10
- Mesures de publicité et de communication	10
- Annonces	11
- Concours	11
PARTENAIRES OLYMPIQUES	12
MÉDIAS	13
AUTORITÉS	13
CONTACTS ET INFORMATIONS	14



NOTIONS IMPORTANTES

CIO	Comité International Olympique
Charte olympique	Principes fondamentaux, règles et textes d'application du CIO concernant les Jeux Olympiques
Mouvement olympique	Ensemble des organisations, athlètes et autres personnes reconnaissant la Charte olympique comme directive
Zone olympique	Sites de compétition et Village olympique dans la ville hôte
Zone non olympique	Zones en dehors des sites de compétition et du Village olympique (par ex. House of Switzerland)
Membres de l'équipe	Toutes les personnes accréditées de la délégation suisse (athlètes, coaches, entraîneurs, officiels)
Sponsors non olympiques	Sponsors personnels des athlètes et des fédérations sportives qui ne font pas partie des partenaires de Swiss Olympic ni de ceux du CIO
Partenaires olympiques	Partenaires du CIO et de Swiss Olympic (voir à la page 12)
Période olympique	La période olympique commence neuf jours avant la cérémonie d'ouverture et se termine trois jours après la cérémonie de clôture (voir à la page 2)
Détenteurs des droits	Partenaires médias officiels des Jeux Olympiques. Pour la Suisse : médias SRG SSR
Non détenteurs des droits	Tous les autres médias suisses (en ligne et hors ligne)
Commercial	Contexte professionnel ou économique, à savoir rapport direct ou indirect avec l'achat ou la vente d'un bien ou d'un service

BON À SAVOIR

FOR THE SPIRIT OF SPORT

Nous nous engageons en faveur de l'excellence, de l'amitié et du respect, car ce sont les valeurs qui nous unissent. Avec le présent document, nous souhaitons aider les athlètes, les coaches, les entraîneurs, les officiels, les fédérations sportives, les sponsors et les partenaires à se préparer pour les Jeux Olympiques. Dans les pages suivantes, vous trouverez des lignes directrices importantes et des conseils utiles pour la communication et la publicité en rapport avec les Jeux Olympiques.

RÈGLE 40 DE LA CHARTE OLYMPIQUE

La Charte olympique vise à préserver les principes fondamentaux des Jeux Olympiques. Les performances sportives des athlètes étant au cœur de nos préoccupations, il faut éviter toute commercialisation excessive. La Charte prescrit ce qui suit :

« Sauf autorisation du CIO, aucun concurrent, entraîneur, coach ou fonctionnaire ne doit permettre que sa personne, son nom, son image ou ses performances sportives soient exploités à des fins publicitaires pendant la période olympique*. »

(Règle 40, paragraphe 3)

***Période olympique :
01.02.2018 – 28.02.2018**

En outre, contrairement à l'usage lors de toutes les autres manifestations sportives internationales, la publicité n'a pas sa place aux Jeux Olympiques. Même les partenaires du CIO ne sont pas autorisés à faire de la publicité pendant les Jeux.

INFRACTIONS DES MEMBRES DE L'ÉQUIPE

En signant la « Convention concernant la participation aux Jeux Olympiques », les membres de l'équipe reconnaissent les directives qui y sont énoncées. Si un athlète, sa fédération ou ses sponsors enfreignent la convention, ils risquent une sanction financière, voire le retrait de l'accréditation accordée.

PRINCIPES DE LA PROTECTION DE LA MARQUE

DROITS SUR LES IMAGES

Tous les droits sur les images des Jeux Olympiques (photos et vidéos) appartiennent au CIO. Il est interdit d'utiliser des photos et des vidéos comportant des marques protégées (par ex. une médaille olympique) à des fins de marketing. Cette interdiction ne vaut pas pour les partenaires du CIO et de Swiss Olympic.

Les membres de l'équipe sont autorisés à utiliser et à publier des photos à des fins personnelles (par ex. sur les réseaux sociaux), à condition de respecter les droits de la personnalité et de ne faire apparaître aucun logo de sponsors non olympiques. En revanche, les posts avec vidéos et enregistrements sonores ne sont tolérés qu'à condition d'avoir été réalisés en dehors de la zone olympique.

MARQUES PROTÉGÉES

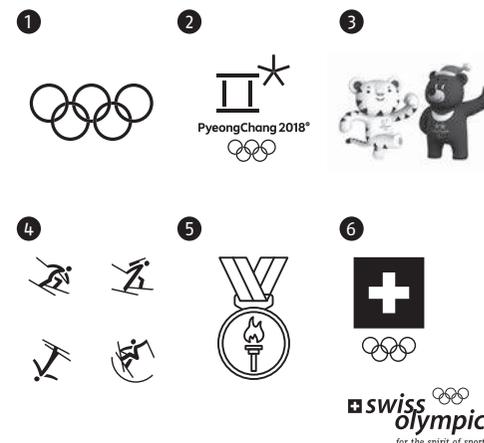
Les marques figuratives et nominales ci-après sont protégées et ne peuvent pas être utilisées librement à des fins publicitaires. Cette protection vaut également pour les utilisations dérivées des marques figuratives et la traduction des marques nominales dans d'autres langues. Il est en outre interdit d'utiliser ces dénominations comme hashtags.

MARQUES NOMINALES

- Jeux Olympiques
- Olympique
- Citius, Altius, Fortius
- PyeongChang 2018
- Swiss Olympic
- Swiss Olympic Team

MARQUES FIGURATIVES

1. Anneaux olympiques
2. Logo des Jeux Olympiques concernés
3. Mascotte des Jeux Olympiques
4. Pictogrammes sportifs des Jeux Olympiques
5. Emblèmes en rapport avec les Jeux Olympiques (par ex. torche olympique, médaille olympique, etc.)
6. Logos de Swiss Olympic



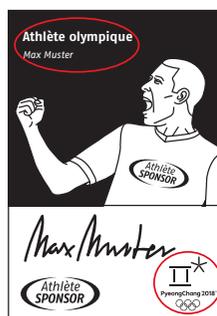
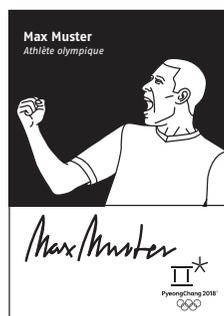
ATHLÈTES ET LEURS FÉDÉRATIONS

STATUT

En tant que membres du Swiss Olympic Team, vous pouvez être fiers de vos performances sportives et montrer votre fierté. Dès lors que vous prenez part aux Jeux Olympiques, vous pouvez utiliser votre statut de participant olympique ou d'athlète olympique (voire de champion olympique si vous remportez une médaille d'or) comme un titre ou une information biographique sur votre personne (par ex. dans votre signature électronique et sur vos cartes d'auto-graphe ou de visite). Ces titres ne doivent toutefois pas être mis en avant plus souvent ou de manière plus visible que d'autres désignations, performances et succès. Vos sponsors personnels peuvent utiliser votre statut aux mêmes conditions à des fins de marketing et pour donner des informations sur votre personne.

RECHERCHE DE SPONSORS

Votre statut de participant olympique ou votre objectif de participer aux Jeux Olympiques ne doit pas être votre message principal dans la recherche d'un sponsor ou la demande d'un soutien financier. Il faut également citer et pondérer d'autres objectifs, tels que l'accès à l'élite mondiale.



APPARITIONS PERSONNELLES

INTERVIEWS ET APPARITIONS MÉDIATIQUES

Dans la zone olympique, seuls les détenteurs des droits électroniques (médias SRG SSR) sont autorisés à vous interviewer. En dehors de cette zone, vous pouvez également accorder des interviews aux non détenteurs des droits électroniques (chaînes télévisées locales). Au terme de vos compétitions, vous avez la possibilité de participer gracieusement à des émissions radio ou télévisées en tant que co-commentateur. Cela présuppose toutefois que vous ayez l'autorisation du chef d'équipe et du chef de Mission et qu'un reporter se charge de vous interviewer. Vous pouvez en outre participer à des chats en ligne, à condition que les questions et les réponses soient enregistrées par un journaliste.

Conformément à la Charte olympique, les athlètes ne doivent exercer aucune activité journalistique pendant la période olympique. Vous ne pouvez donc pas travailler en tant que photographe, journaliste ou reporter radio / TV pendant ce laps de temps. Vos blogs et vos médias sociaux ne sont pas concernés par cette règle.

CARTES D'AUTOGRAPHE

Si vous commandez des cartes d'auto-graphe spéciales pour les Jeux Olympiques avec des marques olympiques, il faut

veiller à ce qu'aucun logo de sponsors non olympiques ne figure sur la photo ni sur le layout (recto et verso).

MÉDAILLE OLYMPIQUE

Toute médaille remportée mérite d'être célébrée dignement. Vous pouvez bien entendu partager votre joie par le biais de vos réseaux sociaux, vos sites Internet et vos blogs, à condition de ne citer aucun sponsor non olympique. Vous êtes également autorisés à présenter votre médaille lors de visites d'écoles et d'actions caritatives.

TENUE VESTIMENTAIRE

La « Swiss Olympic Team Collection » est la tenue officielle de l'équipe. Vous devez la porter lors de toutes les interviews et séances photos réalisées pendant la période olympique (voir aussi le « Manuel de la tenue officielle »).

Les fédérations sont responsables de la tenue de compétition. Le design de cette dernière doit être soumis au CIO pour approbation par l'intermédiaire de Swiss Olympic. Les directives concernant l'identification du fabricant font partie intégrante de la Charte olympique. La tenue de compétition et la tenue de l'équipe ne doivent pas comporter de logos ni de désignations supplémentaires. En cas d'utilisation inappropriée, les marques non autorisées doivent être recouvertes.

APPARITIONS NUMÉRIQUES

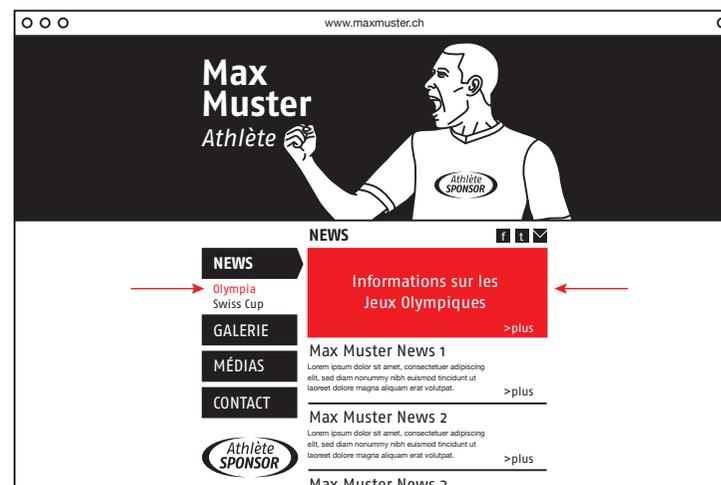
Le web offre de plus en plus de possibilités de communication intéressantes. Si vous respectez les points suivants, vous pouvez utiliser vos plateformes Internet de façon optimale et en toute sérénité.

SITES INTERNET

Les athlètes et les fédérations ont le droit de parler de leur participation aux Jeux Olympiques sur leurs sites Internet (par ex. objectifs, succès, expériences personnelles), à condition de ne faire figurer aucun logo de sponsors non olympiques. Il peut dès lors être utile de créer un sous-site (par ex. www.athlete-type.ch/jo ou www.federation-type.ch/jo)

sur lequel n'apparaît aucun logo non olympique. Sur votre page d'accueil, vous pouvez ensuite renvoyer vers ce sous-site moyennant une rubrique ou un teaser. Alors que le teaser ne doit comporter aucune image de marques ou de symboles olympiques, vous êtes libres d'afficher des photos et des logos relatifs aux Jeux sur votre sous-site. Veillez simplement à ce qu'aucun logo de sponsors non olympiques ne soit visible sur les maillots et respectez les droits de la personnalité. Il est par ailleurs interdit de créer un nouveau site Internet spécialement pour les Jeux Olympiques (par ex. www.federation-type-jo.ch ou www.athlete-type-jo.ch).

✓ PAGE D'ACCUEIL



✓ SOUS-SITE OLYMPIQUES



BLOGS ET MÉDIAS SOCIAUX

Facebook, Instagram, Snapchat, blogs, etc. : Toutes ces plateformes sont idéales pour tenir votre entourage et vos supporters au courant pendant les Jeux Olympiques. Pour que vos posts soient plus faciles à trouver, utilisez les hashtags du Swiss Olympic Team (#TeamSUI et #Allin4PyeongChang). Vous devez rédiger tous vos articles de blogs à la première personne du singulier. Vous pouvez également les transmettre aux médias (sauf pour les publications de marques et d'entreprises). N'hésitez pas à publier des photos relatives aux Jeux Olympiques, tout en veillant à ce que les personnes figurant sur les photos soient d'accord. Les articles avec vidéos ou enregistrements sonores ne sont tolérés qu'à condition d'avoir été réalisés en dehors de la zone olympique. Pendant la

✓ PERMIS



Avant la période olympique et sans mention des marques nominales protégées

période olympique, il est interdit de faire de la publicité pour une marque, un produit ou un service sur les réseaux sociaux ou sur un blog. Les logos sur les vêtements et les produits ainsi que les hashtags comprenant des noms de marques ou de produits sont considérés comme de la publicité. En outre, les sponsors non olympiques ne doivent apparaître ni dans les liens Internet, ni dans les photos de profil ou d'en-tête. Vous n'avez cependant pas besoin de supprimer vos anciens posts.

Il n'est pas permis de publier des informations confidentielles sur l'organisation et le déroulement des Jeux Olympiques (par ex. mesures de sécurité). Il est également interdit de faire de la propagande et de publier des propos religieux, racistes ou radicaux.

✗ INTERDIT



La publicité avec l'athlète pendant la période olympique



Post de l'athlète avec marques protégées sans présence des sponsors



Post de l'athlète partagé par le sponsor



Post de l'athlète avec marques protégées et présence des sponsors



Post de l'athlète partagé et commenté par le sponsor

ENTREPRISES ET SPONSORS NON OLYMPIQUES

MESURES DE PUBLICITÉ ET DE COMMUNICATION

Les mesures de publicité et de communication lancées trois mois avant la période olympique peuvent être poursuivies pendant les Jeux, à condition de n'avoir aucun lien avec la participation d'un athlète ou le thème des Jeux Olympiques en général (les expressions Jeux, été, hiver, or, argent, bronze, médaille ou podium sont déjà considérées comme des allusions aux Jeux Olympiques). De telles mesures nécessitent une autorisation de Swiss Olympic et un accord écrit des membres de l'équipe concernés.

Pendant la période olympique, les entreprises et les sponsors non olympiques ne sont autorisés ni à lancer des campagnes avec des participants olympiques, ni à montrer ou à mentionner des athlètes dans le cadre de mesures de communication, même lorsqu'il n'y a aucun rapport avec les Jeux Olympiques. Cela vaut pour les médias en ligne et hors ligne. Il est permis de « liker » et de partager des publications sur les réseaux sociaux, mais il ne faut pas les commenter.

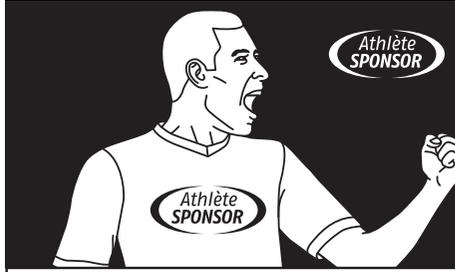
Après la période olympique, les entreprises et les sponsors non olympiques ont le droit de commenter les performances des athlètes dans leur communication. Ils doivent toutefois se limiter à donner une information sur la personne et ne pas en faire un message principal ou une accroche (voir aussi le paragraphe « Statut » à la page 4).

Il n'est permis à aucun moment d'utiliser des marques, des photos ou des vidéos juridiquement protégées en rapport avec les Jeux Olympiques à des fins de communication et de publicité.

ANNONCES

Les annonces d'encouragement (publiées avant la période olympique) ou de félicitations (publiées après la période olympique) sont l'occasion pour les sponsors non olympiques d'exprimer leur joie et leur fierté à l'égard d'un athlète ou d'une équipe. Lors de la publication de telles annonces, il faut demander l'accord des participants olympiques concernés et éviter impérativement toute utilisation de marques protégées, de logos et de photos en rapport avec les Jeux Olympiques.

✓ PERMIS

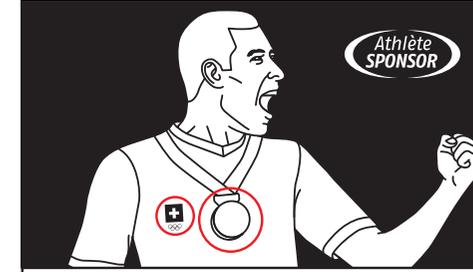


**FÉLICITATIONS À
MAX MUSTER POUR
LA MÉDAILLE EN CORÉE
DU SUD!**

CONCOURS

Seuls les partenaires de Swiss Olympic et du CIO sont autorisés à organiser des concours en lien avec les Jeux Olympiques (quiz sur les JO, tirages au sort de billets pour les JO, voyage dans la ville hôte comme premier prix, etc.).

✗ INTERDIT



**FÉLICITATIONS À
MAX MUSTER POUR
LA MÉDAILLE À
PYEONGCHANG 2018!**

PARTENAIRES OLYMPIQUES

Les partenaires olympiques sont autorisés à mettre leurs marques, leurs produits et leurs services en relation avec les Jeux Olympiques. Ils ont le droit, même pendant

la période olympique, de faire appel à des membres du Swiss Olympic Team pour des mesures de communication et de publicité, à condition d'avoir leur consentement.

Main National Partners



Premium Partners



Official Partners



Supporters



MÉDIAS



THE WORLDWIDE OLYMPIC PARTNERS



Dans le cadre de leurs publications rédactionnelles, les médias peuvent utiliser les désignations et les logos protégés ainsi que les photos des Jeux Olympiques (par ex. « Supplément pour les Jeux Olympiques »). En revanche, les marques nominales et figuratives ne doivent pas être employées pour la commercialisation d'un produit (par ex. « Abonnement olympique »). Il est par ailleurs interdit de faire apparaître des publicités de sponsors non olympiques sans séparation évidente de la partie rédactionnelle sur les Jeux Olympiques. Les droits susmentionnés ne s'appliquent pas aux publications d'entreprises et de marques.

AUTORITÉS

Des marques nominales et figuratives protégées ainsi que des photos relatives aux Jeux Olympiques peuvent être utilisées lorsque des fêtes de bienvenue sont organisées en l'honneur de membres du Swiss Olympic Team, dans la mesure où aucun sponsor de la fête ni autre représentant d'une entreprise n'est présent. Cela vaut également pour les brochures, annonces et affiches destinées à la promotion de la fête.

CONTACTS ET INFORMATIONS

Nous sommes à votre entière disposition
pour tout complément d'information :

Renseignements sur la publicité et les
activités de marketing :

Lukas Fischer

sponsoring

+41 31 359 71 49

lukas.fischer@swissolympic.ch

Renseignements sur le travail
médiatique :

Alexander Wäfler

responsable Médias et Information

+41 31 359 72 16

alexander.waefler@swissolympic.ch

Renseignements sur la tenue de
l'équipe :

Susanne Böhlen

responsable Olympic Team Support

+41 31 359 71 31

susanne.boehlen@swissolympic.ch

AUTRES INFORMATIONS

www.swissolympicteam.ch

[www.olympic.org/Documents/
olympic_charter_en.pdf](http://www.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf)

Main National Partners



Premium Partners

