PUBLICITÉ ET COMMUNICATION EN RAPPORT AVEC LE MONDE PARALYMPIQUE

Lignes directrices destinées aux participants et participantes aux Jeux Paralympiques, aux fédérations, aux sponsors, aux entreprises, aux médias et aux autorités

Février 2022

#ParalympicSwissTeam

CONTENU

Notions importantes 2

Bon à savoir 4
Pour une meilleure compréhension 4
Pour le mouvement paralympique 4

Protection des marques : ce qu'il faut retenir 6

Participants et participantes aux Jeux Paralympiques et leurs fédérations 8
Statut 8
Recherche de sponsors 8
Apparitions numériques 8
Apparitions personnelles 14

Entreprises et sponsors non paralympiques 16
Mesures de publicité et de communication 16
Concours 19

Partenaires paralympiques 20

Médias 21

Autorités 21

Contacts et information 22

NOTIONS IMPORTANTES

CPE	Comités Paralympiques Européens
CIP	Comité International Paralympique
Commercial	Visant directement ou indirectement la promotion des ventes de produits ou de services d'une entreprise ou d'une organisation
Sponsors non paralympiques	Sponsors à orientation commerciale qui soutiennent des athlètes et des fédérations sportives sans faire partie des partenaires de Swiss Paralympic ni de ceux du CIP
Zone paralympique	Sites de compétition et Village paralympique dans la ville hôte
Zone non paralympique	Ensemble des lieux extérieurs aux sites de compétition et au Village paralympique (par ex. House of Switzerland)
Participants et participantes aux Jeux Paralympiques	Toutes les personnes accréditées de la délégation suisse (athlètes, personnel encadrant, entraîneurs, officiels)
Sponsors paralympiques	Entreprises à orientation commerciale qui s'engagent comme sponsors du CIP et/ou de Swiss Paralympic
Marques olympiques	Ensemble des marques nominales et figuratives protégées du CIP et de Swiss Paralympic (voir page 6)

Période paralympique (Frozen Period)	Du 25 février jusqu'au 16 mars 2022 inclus
Sponsors personnels	Entreprises à orientation commerciale qui s'engagent comme sponsors d'athlètes et disposent dès lors de droits vis-à-vis de ces athlètes pour la réalisation de mesures de publicité, de communication ou de marketing. Cela n'inclut pas les partenaires/sponsors de fédérations sportives qui ne disposent d'aucun droit vis-à-vis des athlètes des fédérations en question. Les sponsors personnels ayant le droit de mener des actions de publicité, de communication et d'image doivent être approuvés par Swiss Paralympic.
Canaux de réseaux sociaux	Plateformes d'échange numériques interactives telles que Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok, etc. Les sites Internet personnels ou les sites Internet d'entreprises n'en font pas partie.

BON À SAVOIR

Pour une meilleure compréhension

La dernière version de la brochure « Publicité et communication en rapport avec le monde paralympique » peut être consultée en ligne sur www.swissparalympic.ch, dans la rubrique correspondant à la Mission paralympique en question.

Pour le mouvement paralympique

Nous nous engageons pour les valeurs paralympiques que sont la détermination, l'inspiration, le courage et l'égalité. Par le biais du présent document, nous souhaitons aider les athlètes, le personnel encadrant, les entraîneurs, les officiels, les fédérations sportives, les sponsors et les partenaires à se préparer pour les Jeux Paralympiques. Nous y expliquons en outre des lignes directrices importantes et fournissons des conseils utiles pour la publicité et la communication en rapport avec le monde paralympique.

En échange de leur participation aux Jeux Paralympiques, le CIP exige de tous les athlètes, entraîneurs et officiels ainsi que de tout le personnel encadrant et des autres membres du Swiss Paralympic Team que ceux-ci s'engagent à ne pas utiliser leur nom ou leurs performances sportives à des fins publicitaires, ni à en permettre l'utilisation à de telles fins. Cette règle est ancrée dans les directives du CIP intitulées « Athlete Sponsorship and Advertising » (en anglais uniquement).

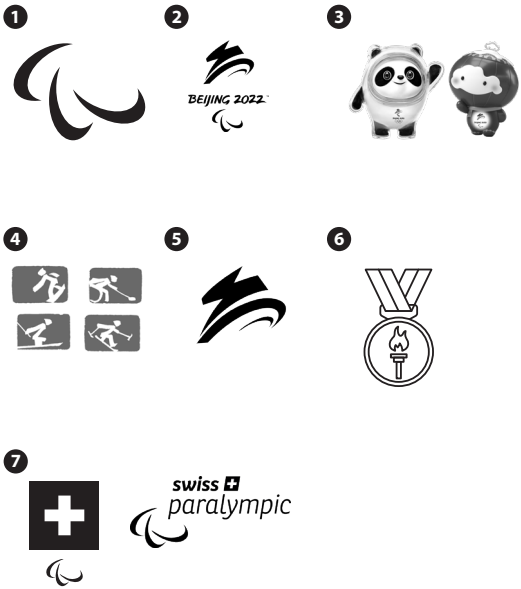
Les présentes lignes directrices liées à l'interprétation du document « Athlete Sponsorship and Advertising » et les directives du CIP concernant les médias numériques sont valables spécifiquement pour les mesures de publicité et de communication impliquant des participants et participantes suisses aux Jeux Paralympiques et mises en œuvre exclusivement en Suisse à l'intention de la population de ce pays. Pour les mesures de publicité et de communication déployées en Suisse et dans un autre pays au moins, ou impliquant des participants et participantes aux Jeux Paralympiques d'un autre pays que la Suisse, il est indispensable de demander l'accord du CIP. En pareil cas, les directives du CIP prévalent contre l'interprétation présentée dans ces lignes directrices. Les directives du CIP et la plate-forme d'annonce des campagnes internationales sont disponibles sur : www.paralympic.org (section dédiée aux directives dans la rubrique correspondant aux Jeux Paralympiques en question).

PROTECTION DES MARQUES : CE QU'IL FAUT RETENIR

Marques protégées
Les marques nominales et figuratives ci-après sont protégées par le CIP, les CPE et Swiss Paralympic conformément au droit des marques et ne peuvent pas être utilisées librement à des fins publicitaires. Cette protection vaut également pour des marques similaires ou pour les utilisations dérivées des marques figuratives, ainsi que pour la traduction des marques nominales dans d'autres langues. Il est en outre interdit d'utiliser ces dénominations comme hashtags.

Marques nominales
- Jeux Paralympiques
- Paralympique
- Paralympiade(s)
- Champion ou championne aux Jeux Paralympiques
- Participant ou participante aux Jeux Paralympiques
- « Ville hôte » « Année » (par ex. , Beijing 2022, Pékin 2022, Paris 2024 etc.)
- Swiss Paralympic
- Swiss Paralympic Team
- Paralympic Swiss Team

Marques figuratives
1. « Agitos » paralympiques
2. Logo des Jeux Paralympiques concernés
3. Mascotte des Jeux Paralympiques concernés
4. Pictogrammes sportifs des Jeux Paralympiques concernés
5. Eléments graphiques/de design des Jeux Paralympiques concernés
6. Emblèmes en rapport avec les Jeux Paralympiques (par ex. torche paralympique, médaille paralympique, etc.)
7. Logos de Swiss Paralympic



Photos et vidéos des Jeux Paralympiques

Tous les droits sur les images des Jeux Paralympiques (photos et vidéos) appartiennent au CIP. Il est interdit d'utiliser des photos et des vidéos où des marques protégées sont visibles (par ex. une médaille paralympique) à des fins de marketing. Cette interdiction ne vaut pas pour les partenaires du CIP et de Swiss Paralympic.

Les clichés professionnels des Jeux Paralympiques achetés auprès d'une agence photos accréditée peuvent être utilisés pour des réalisations commerciales pour autant qu'aucune marque paralympique protégée n'y soit visible. Il est interdit de procéder à des modifications ou à des retouches sur de telles photos. Les photos des Jeux Paralympiques prises avec un équipement personnel ou non professionnel (par ex. un smartphone) peuvent être utilisées exclusivement à des fins personnelles et non commerciales. Il est interdit d'en faire un usage public ou d'y recourir à des fins commerciales. Si des marques paralympiques protégées sont visibles sur des photos, ces dernières peuvent être utilisées exclusivement pour des réalisations non commerciales (exception : sponsors du CIP et de Swiss Paralympic). Les vidéos font l'objet des mêmes dispositions que les photos, à une restriction près : Les vidéos tournées à l'intérieur de la zone paralympique ne peuvent être utilisées pour aucune réalisation, qu'elle soit commerciale ou non-commerciale.

En tous les cas, l'utilisation de photos et de vidéos ne doit nullement contrevenir au respect de la sphère privée et des droits de tiers. Cela concerne notamment les droits de la personnalité ainsi que les droits sur les images et les droits d'auteur.

Le non-respect de la protection des marques peut entraîner des actions en justice, qui peuvent déboucher sur des sanctions économiques.

PARTICIPANTS ET PARTICIPANTES AUX JEUX PARALYMPIQUES ET LEURS FÉDÉRATIONS

Statut

En tant que participants et participantes aux Jeux Paralympiques, vous pouvez être fiers de vos performances et le montrer. Dès lors que vous prenez part aux Jeux, vous pouvez utiliser votre statut de participant ou participante aux JP ou d'athlète paralympique (voire de champion ou championne 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'autographes 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, sous forme d'informations sur votre personne.

Recherche de sponsors

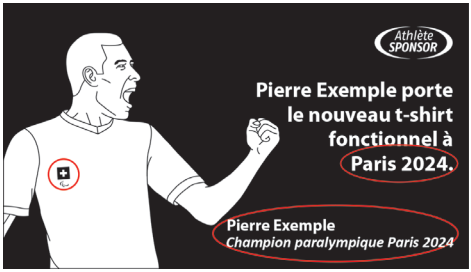
Votre statut de participant ou de participante aux JP ou votre objectif de prendre part à ceux-ci ne doit pas constituer votre message principal dans la recherche d'un sponsor ou d'un soutien financier. Il faut également citer d'autres objectifs tels que l'accès à l'élite mondiale, en leur accordant le même poids.

Apparitions numériques

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

✓ PERMIS

✗ INTERDIT



Blogs et réseaux sociaux

Durant la période paralympique, vous êtes autorisés, en tant que participants et participantes aux JP, à adresser au maximum sept messages de remerciements à vos sponsors personnels via vos propres canaux de réseaux sociaux. Ces messages n'ont pas besoin d'être annoncés à Swiss Paralympic. Toutefois, il est impératif qu'ils ne contiennent aucune marque nominale ou figurative paralympique protégée (cf. page 6). De même, il vous est interdit d'utiliser des photos des Jeux Paralympiques sur lesquelles des marques paralympiques protégées sont visibles.

Voir exemple en page 10.

Vous pouvez toutefois utiliser des photos des Jeux que vous aurez prises avec un équipement non professionnel (par ex. un smartphone), pour autant que vous n'établissiez pas de lien entre ces photos et votre sponsor et que vous ayez supprimé ou retouché toutes les marques paralympiques protégées. Dans de tels messages de remerciements, il faut veiller à ne pas exprimer ni laisser entendre qu'un produit ou une offre du sponsor a amélioré votre performance ou permis votre participation aux Jeux Paralympiques.

PERMIS

Durant la période paralympique, avec une image dédiée aux sponsors sans mention de marques nominales protégées et pour autant que la photo utilisée ne soit pas une photo des Jeux Paralympiques.

INTERDIT

Pendant la période paralympique, utilisation de marques nominales et figuratives en rapport avec un sponsor non paralympique.

Il est important que vous ou votre manager fournissiez une liste de vos sponsors personnels à Swiss Paralympic avant le début de la période paralympique. Le formulaire préparé à cet effet se trouve à l'adresse suivante : www.swissparalympic.ch/sponsors-pers/

Recommander un tel produit ou une telle offre est également interdit.
Durant la période paralympique, dans tous vos posts sur les réseaux sociaux ne faisant pas mention de vos sponsors personnels ni ne contenant leur logo, vous êtes libres d'utiliser les marques nominales paralympiques protégées (voir page 6) ainsi que des photos des Jeux Paralympiques où des marques paralympiques protégées sont visibles.

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). Lorsque vous utilisez des photos et des vidéos, veillez à ce que toutes les personnes qui y sont visibles approuvent leur publication. Les articles avec vidéos ou enregistrements sonores sont autorisés uniquement si ces éléments ont été réalisés en dehors de la zone paralympique. Les vidéos faisant mention de vos sponsors personnels non paralympiques ne peuvent être utilisées que si les marques paralympiques protégées en sont complètement absentes ou y sont rendues méconnaissables.

✓ PERMIS

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

✗ INTERDIT

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

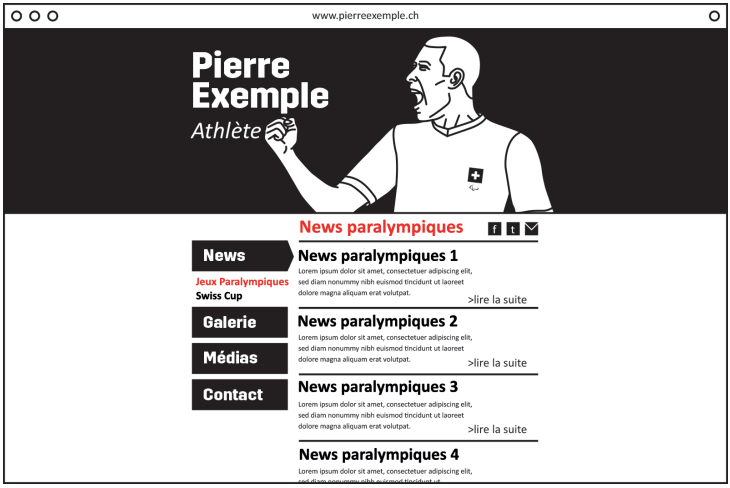
De manière générale, il est interdit de publier des informations confidentielles relatives à l'organisation et au déroulement des Jeux Paralympiques (par ex. concernant les mesures de sécurité). Il est également interdit de faire de la propagande et de publier des propos religieux, racistes ou radicaux.

Sites Internet

Les athlètes qualifiés pour les Jeux et leurs fédérations peuvent parler de leur participation aux Jeux Paralympiques sur leur site Internet (par ex. en mentionnant des objectifs, succès et expériences personnelles), à condition de ne pas faire apparaître de logos de sponsors non paralympiques ou de les séparer clairement des contenus paralympiques. Le plus sûr est de créer un sous-site (par ex. www.exemple-athlete.ch/jp ou www.federationexemple.ch/jp) ne comprenant aucun logo de sponsor non paralympique. Votre page d'accueil peut alors renvoyer à ce sous-site moyennant une rubrique ou un teaser. Sur ce sous-site, vous pouvez parler des Jeux Paralympiques et publier des photos de ceux-ci sans limitation. En ce qui concerne les autres photos, veillez à ce qu'aucun logo de sponsor non paralympique 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 Paralympiques (par ex. www.federation-type-jp.ch ou www.athlete-type-jp.ch).

PAGE D'ACCUEIL

SOUS-SITE DÉDIÉ AUX JEUX PARALYMPIQUES



Apparitions personnelles

Interviews et apparitions médiatiques
A l'intérieur de la zone paralympique, seuls les médias électroniques (TV/radio) détenteurs des droits de retransmission (pour la Suisse : médias SRG SSR) peuvent vous interviewer en plus des journalistes de la presse écrite et de la presse en ligne. En dehors de la zone paralympique, des médias électroniques sans droits de retransmission (chaînes TV locales) peuvent également vous interviewer avec votre accord. Ces lignes directrices ne s'appliquent pas aux interviews sans caméra ni micro. Autrement dit, si la personne responsable de votre équipe donne son accord, il n'y a pas d'autres directives à respecter.
Au terme de vos compétitions, si on vous y invite, vous avez le droit de participer gracieusement à des émissions de chaînes radio ou TV accréditées en tant que co-commentateur ou co-commentatrice. Cela présuppose toutefois que vous ayez l'autorisation des responsables de votre équipe et de votre Mission, et qu'une ou un reporter se charge de vous interviewer.

Selon le Guide du CIP, les participants et participantes aux Jeux ne doivent exercer aucune activité journalistique pendant la période paralympique. Conformément à la Charte paralympique, les participants et participantes aux JP ne doivent exercer aucune activité journalistique pendant la période paralympique. Vous ne pouvez donc pas travailler en tant que photographe, journaliste ou reporter radio/TV pendant ce laps de temps. Vos blogs et vos canaux de réseaux sociaux ne sont pas concernés par cette règle.

Cartes d'autographes
Si vous commandez des cartes d'autographes spéciales pour les Jeux Paralympiques et que ces cartes contiennent des marques paralympiques protégées sous une quelconque forme, il faut veiller à ce qu'aucun logo de sponsor non paralympique ne figure sur la photo ni sur le layout, même au verso. Vous n'avez pas le droit d'ajouter vous-mêmes les marques figuratives paralympiques protégées (voir page 6) sur des cartes d'autographes neutres (sans logo de sponsor non paralympique). Il est cependant admis que ces marques figuratives apparaissent sur une photo des Jeux Paralympiques que vous reprenez sur une carte d'autographes neutre.

Tenues vestimentaires

La « Swiss Paralympic 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 paralympique (voir aussi le « Manuel de la tenue officielle » de la Mission correspondante).

Swiss Paralympic organise tout ce qui a trait aux tenues spécifiques à chaque sport.

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 devront être recouvertes.

Le design de la tenue doit être soumis au CIP pour approbation par l'intermédiaire de Swiss Paralympic. Les applications du logo doivent être conformes aux directives d'identification des fabricants de la CIP. Pour les interviews avant les Jeux Paralympiques, le code vestimentaire est le même à partir du moment de la remise des tenues que pendant la période des Jeux. Il en va de même pour les interviews réalisées après les Jeux, pour autant que le contenu de l'interview concerne explicitement les Jeux.

ENTREPRISES ET SPONSORS NON PARALYMPIQUES

Mesures de publicité et de communication

Les campagnes de publicité et de communication impliquant des participants et participantes aux JP peuvent être poursuivies durant la période paralympique dans une mesure inchangée, pour autant qu'elles aient été lancées au moins un mois avant le début de cette période. Cette règle s'applique uniquement aux campagnes nationales. Conformément aux directives du CIP, les campagnes internationales doivent être lancées avant le 23 janvier inclus et sont soumises à l'approbation préalable du CIP. Il est impératif qu'elles ne contiennent aucune marque paralympique protégée (voir page 6) et qu'aucune référence directe n'y soit établie avec Swiss Paralympic, le Swiss Paralympic Team dans son ensemble, le CIP ou encore les Jeux Paralympiques. Aux fins de la protection des participants et participantes aux Jeux Paralympiques et de la garantie qu'elles sont recevables, ces campagnes doivent être préalablement annoncées à Swiss Paralympic.

Durant la période paralympique, les sponsors personnels sont autorisés à adresser, uniquement par le biais des canaux de réseaux sociaux propres à leur entreprise, au maximum un message contenant des vœux de réussite ou un message de félicitations par épreuve à médailles voyant concourir un ou une athlète qu'ils soutiennent. Le même message peut être posté simultanément sur différents canaux de réseaux sociaux propres à l'entreprise, mais ne peut être réutilisé ultérieurement. Il est impératif qu'un tel post ne contienne aucune marque paralympique protégée (voir page 6) et qu'aucune référence directe n'y soit établie avec Swiss Paralympic, le Swiss Paralympic Team dans son ensemble, le CIP ou encore les Jeux Paralympiques. Les sponsors de fédérations sportives qui ne disposent d'aucun droit vis-à-vis d'athlètes pris individuellement ne sont pas considérés comme des sponsors personnels. Les participants et participantes aux JP ou les personnes officiant comme managers de ces athlètes doivent soumettre à Swiss Paralympic, avant le début de la période paralympique, une liste de leurs sponsors personnels. Le formulaire préparé à cet effet se trouve à l'adresse suivante : https://www.swissparalympic.ch/sponsors-pers/

Des photos des Jeux Paralympiques sur lesquelles des marques paralympiques protégées apparaissent ne peuvent en aucun cas être utilisées par des sponsors non paralympiques. Il est également interdit de modifier ou de retoucher des clichés professionnels d'agences photos accréditées. Il est cependant permis d'utiliser une partie de photo sur laquelle aucune marque paralympique protégée n'est visible.

PERMIS

Post de félicitations pour une médaille durant la période paralympique sans mention/présence de marques paralympiques protégées.

Les réalisations correspondant aux descriptions ci-dessus qui sont déployées durant la période paralympique ne doivent ni exprimer ni laisser entendre qu'un produit ou une offre a amélioré la performance de l'athlète ou permis sa participation aux Jeux Paralympiques.

INTERDIT

Post de félicitations pour une médaille durant la période olympique avec inclusion de marques olympiques protégées.

Pour toute réalisation, il convient de systématiquement veiller à obtenir l'autorisation des participants et participantes.

Selon la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD), une référence disproportionnée aux Jeux Paralympiques n'est pas autorisée, même sans utilisation de marques paralympiques protégées, si la personne contemplant la réalisation en question pourrait être amenée à supposer que l'entreprise est un sponsor des Jeux Paralympiques, du CIP ou de Swiss Paralympic.

Sur les réseaux sociaux, commenter des posts de participants et participantes aux JP est autorisé pour autant que ces posts ne contiennent aucune marque paralympique protégée. Il en va de même en ce qui concerne le marquage de sa propre entreprise ou de son sponsor non paralympique dans une contribution. Attribuer une mention « J'aime » ou partager des posts sur les réseaux sociaux sans les commenter est toujours autorisé.

✓ PERMIS

Post ou repost de félicitations avec commentaire, sans marque paralympique protégée, durant la période paralympique.

✗ INTERDIT

Post ou repost de félicitations avec commentaire incluant des marques paralympiques protégées.

Avant et après la période paralympique, les entreprises et les sponsors non paralympiques peuvent se référer aux performances d'athlètes lors des Jeux Paralympiques dans des réalisations neutres quant au fond et à la forme. Ils ne peuvent toutefois le faire que sous forme d'une précision concernant la personne en question, au sens d'une légende de photo. Cette référence ne doit pas constituer le message principal de la publicité ni l'élément qui attire l'attention sur elle.

Concours

Seuls les partenaires de Swiss Paralympic et du CIP sont autorisés à organiser des concours en lien avec les Jeux Paralympiques (quiz sur les JP, tirages au sort de billets, mise en jeu d'un voyage dans la ville hôte comme premier prix, etc.).

PERMIS

INTERDIT

PARTENAIRES PARALYMPIQUES

Seuls les partenaires mondiaux de l'IPC et les partenaires du COJO sont autorisés à mettre leurs marques, leurs produits et leurs services en relation avec les Jeux Paralympiques. Ils disposent en outre de droits sur les marques paralympiques protégées et peuvent utiliser celles-ci dans des mesures de publicité et de communication avant, pendant et après les Jeux Paralympiques. Ils ont le droit, pendant la période paralympique, de faire apparaître des participants et participantes aux JP dans des mesures de publicité et de communication, à condition d'avoir leur consentement. Les partenaires paralympiques peuvent en outre utiliser, pour des mesures de publicité et de communication, des photos montrant des athlètes du Swiss Paralympic Team issus de différents sports défiler durant la cérémonie d'ouverture, sans le consentement des athlètes en question. Ils peuvent cependant uniquement se référer au Swiss Paralympic Team dans son ensemble et non à des athlètes pris individuellement.

MÉDIAS

Dans le cadre de leurs publications rédactionnelles, les médias peuvent utiliser les désignations et les logos protégés ainsi que des photos des Jeux Paralympiques (par ex. « supplément Jeux Paralympiques »). Par contre, les marques nominales et figuratives ne doivent pas être employées pour la commercialisation d'un produit (par ex. « abonnement paralympique »). Il est par ailleurs interdit de faire apparaître des publicités de sponsors non paralympiques sans séparation évidente de la partie rédactionnelle sur les JP. 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 des Jeux Paralympiques peuvent être utilisées pour des fêtes de bienvenue en l'honneur de participants et participantes aux JP, dans la mesure où aucun sponsor non paralympique de la fête ni aucune autre entreprise ne sont manifestement présents. Cela vaut également pour les flyers, annonces et affiches destinés à la promotion de telles fêtes.

CONTACTS ET INFORMATION

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

Renseignements sur la publicité et les activités de marketing
Conchita Jäger
Secrétaire générale
+41 31 359 73 55
conchita.jaeger@swissparalympic.ch

Renseignements sur le travail médiatique
Sarah Ennemoser
Médias & Communication
+41 79 852 24 77
sarah.ennemoser@swissparalympic.ch

Renseignements sur la tenue officielle
Lea Wiprächtiger
Team Support & Games Manager
+41 31 359 73 53
lea.wipraechtiger@swissparalympic.ch

Informations supplémentaires
www.swissparalympic.ch

Premium Partner

Swiss Paraplegic Foundation

Partners

SWISS

REYL innovative banking

suva

JOSEPH VOEGELI STIFTUNG

Allianz