



RÈGLES SUR LE MARKETING ET LA PUBLICITÉ

(approuvé par le Conseil le 21 mars 2023 et en vigueur au 31 mars 2023)

Définitions spécifiques

Les termes utilisés dans le présent Règlement qui font l'objet d'une définition (mis en évidence par l'utilisation d'une majuscule au premier mot) ont le sens qui leur est attribué dans les Statuts et les Définitions d'application générale. Pour ce qui est des termes ci-dessous, leur signification est la suivante :

Jeux d'argent et de hasard

Les jeux qui sont pratiqués dans les casinos, en ligne et/ou dans les bureaux de paris (y compris, mais sans s'y limiter, le poker, le bingo, le backgammon, la roulette, le baccarat, le blackjack, le Keno, les machines à sous et les jeux de dés).

Pari

A le sens qui lui est donné dans les Règles relatives à la manipulation des compétitions sportives.

Parier

Faire, accepter ou placer un Pari et doit inclure, sans limitation, les activités communément appelées paris sportifs telles que les paris à cotes fixes ou variables, les jeux de totalisateur, les paris en direct, les bourses d'échanges de paris, les paris à fourchettes, les paris entre pairs et autres jeux proposés par des opérateurs de paris légaux ou illégaux.

1. Règles sur le marketing et la publicité

- 1.1 La présente Règle s'applique aux Compétitions suivantes comptant pour le classement mondial :

Alinéas de la définition des « Compétitions comptant pour le classement mondial »	Définition – compétitions organisées ou approuvées par World Athletics
1.a.	Les compétitions de la Série mondiale d'athlétisme
1.c.	Le programme d'athlétisme de Jeux et d'autres compétitions d'athlétisme avec des participants de plusieurs Régions continentales
1.d.	Les meetings sur invitation, circuits et courses sur route à label
1.e.	Les rencontres internationales avec des participants de plusieurs Régions continentales

- 1.2 Les Associations continentales peuvent promulguer, élaborer et diffuser leurs propres règles et règlements en matière de marketing et de publicité, qui s'appliquent aux compétitions ci-après,

Alinéa de la définition des « Compétitions comptant pour le classement mondial »	Définition - compétitions organisées ou approuvées par une Association continentale
2.a.	Les championnats continentaux
2.b.	Les championnats intra-continentaux
2.c.	Le programme d'athlétisme de Jeux et d'autres compétitions d'athlétisme, limité aux participants d'une seule Région continentale
2.d.	Les meetings sur invitation, circuits et courses sur route
2.e.	Les rencontres internationales avec des participants d'une seule Région continentale

à défaut de quoi, les réglementations en vigueur de World Athletics adoptées en vertu des présentes Règles s'appliquent.

- 1.3 L'affichage marketing et publicitaire de nature promotionnelle sera autorisé lors de toutes les compétitions organisées en vertu des alinéas 1 et 2 de la définition sur les Compétitions comptant pour le classement mondial, à la condition que la publicité et l'affichage soient conformes aux termes des présentes Règles et à tout Règlement qui en découlerait.
- 1.4 Le Conseil peut promulguer, de temps à autre, des Règlements qui expliquent en détail la forme que la publicité peut prendre ainsi que la manière dont le matériel publicitaire ou autre peut être exposé durant les compétitions visées aux alinéas 1 et 2 de la définition sur les Compétitions comptant pour le classement mondial.

- 1.5 Le champ d'application du Règlement sur le marketing et la publicité – Vêtements et accessoires lors des événements de la Série mondiale d'athlétisme (cf. tome C - C7.2) et du Règlement sur le marketing et la publicité – Utilisation des marques lors des événements de la Série mondiale d'athlétisme (cf. tome C, C1.2 annexe 4) est le suivant en ce qui concerne les Compétitions comptant pour le classement mondial :

Champ d'application	Alinéa de la définition des « Compétitions comptant pour le classement mondial »	Définition
Obligatoire	1.a.	Les compétitions de la Série mondiale d'athlétisme
Facultatif	1.c.	Le programme d'athlétisme de Jeux et d'autres compétitions d'athlétisme avec des participants de plusieurs Régions continentales
	1.e.	Les rencontres internationales avec des participants de plusieurs Régions continentales
Conformément à la Règle 1.2 ci-dessus, lorsque l'Association continentale ne dispose pas de sa propre réglementation concernant les vêtements et les accessoires, le Règlement C7.2 s'applique par défaut.	2.a.	Les championnats continentaux
	2.b.	Les championnats intra-continentaux
	2.c.	Le programme d'athlétisme de Jeux et d'autres compétitions d'athlétisme, limité aux participants d'une seule Région continentale
	2.e.	Les rencontres internationales avec des participants d'une seule Région continentale

- 1.6 Le champ d'application du Règlement sur le marketing et la publicité – Utilisation des marques lors des Compétitions comptant pour le classement mondial, Meetings de la Ligue de diamant et meetings niveau Or du Circuit continental (cf. tome C – C 1.3 annexe 1 et C 1.4 annexe 1) est tel qu'indiqué dans le tableau ci-dessous en ce qui concerne les Compétitions suivantes comptant pour le classement mondial :

Champ d'application	Alinéa de la définition des « Compétitions comptant pour le classement mondial »	Définition – compétitions autorisées par World Athletics ou une Association continentale
Obligatoire	1.d. et 2.d.	Uniquement pour les meetings de la Ligue de diamant et les meetings de

Champ d'application	Alinéa de la définition des « Compétitions comptant pour le classement mondial »	Définition – compétitions autorisées par World Athletics ou une Association continentale
		niveau Or du Circuit continental
Facultatif	1.d. et 2.d.	Les autres meetings sur invitation, circuits et courses sur route à label, non mentionnés dans la rubrique « Obligatoire » ci-dessus, sauf indication contraire. Toutefois, pour dissiper toute ambiguïté, les dispositions de la Règle 2.7 infra s'appliquent à tous les meetings sur invitation, circuits et courses sur route à label.

1.7 Les autorisations et interdictions suivantes s'appliquent à toutes les compétitions visées aux alinéas 1 et 2 de la définition sur les Compétitions comptant pour le classement mondial :

1.7.1 Généralités

Tout marketing qui, de l'avis de World Athletics, est de mauvais goût, gênant, offensant, déshonorant, diffamatoire ou inadapté, compte tenu de la nature de la Compétition comptant pour le classement mondial, est interdit.

1.7.2 Produits alcoolisés

Le marketing concernant les produits alcoolisés est autorisé à condition :

- a. qu'il soit conforme à toutes les lois applicables ; et
- b. que ces produits alcoolisés aient une teneur en alcool inférieure à 20 %.

1.7.3 Tabac et produits apparentés

Le marketing concernant le tabac et les produits en lien avec le tabac, ainsi que le marketing concernant la cigarette électronique (y compris la chicha électronique ou e-hookah) et aux produits en lien avec la cigarette électronique (par exemple, les recharges), est interdit.

1.7.4 Armes

Le marketing concernant les armes (y compris leur fabricant) est interdit.

1.7.5 Compléments alimentaires/nutritionnels

Le marketing concernant les compléments/produits alimentaires/nutritionnels est interdit, à moins qu'il ne soit expressément approuvé par écrit par le Directeur général ou son représentant, après consultation avec le département Santé et Sciences.

- 1.7.6 Boissons énergétiques
Le marketing concernant les boissons énergétiques (contenant des stimulants) est interdit, à moins qu'il ne soit expressément approuvé par écrit par le Directeur général ou son représentant, après consultation avec le département Santé et Sciences.
- 1.7.7 Boissons pour sportifs et comprimés d'hydratation
Le marketing concernant les boissons pour sportifs et de comprimés d'hydratation est autorisé.
- 1.7.8 Compagnies et/ou produits pharmaceutiques
Le marketing concernant toute compagnie et/ou produit pharmaceutique est interdit, à moins qu'il ne soit expressément approuvé par écrit par le Directeur général ou son représentant, après consultation avec le département Santé et Sciences.
- 1.7.9 Paris et jeux d'argent
Le marketing concernant les produits et services de pari et de jeux d'argent est interdit, à moins d'une approbation écrite expresse du Directeur général ou de son représentant, après consultation avec l'Unité d'intégrité de l'athlétisme.
- 1.7.10 Les loteries
Le marketing concernant les loteries nationales/d'État est autorisé.
- 1.7.11 Marketing politique/religieux
Le marketing politique (c'est-à-dire la promotion de partis, d'associations, de mouvements, d'idées ou de toute autre cause politique) ainsi que le marketing religieux (c'est-à-dire la promotion de religions, mouvements, idées ou autres causes à caractère religieux) sont interdits.
- 1.7.12 Tous les affichages marketing et publicitaires doivent être conformes à toutes les lois et à tous les règlements de sécurité en vigueur.

Note à la Règle 1.1 et 1.2

Si une Association continentale choisit d'adopter un Règlement promulgué par le Conseil découlant de la présente Règle, l'Association continentale devra alors demander l'autorisation de l'adopter conformément à ses propres procédures d'approbation internes. Qu'une Association continentale produise ses propres règles et règlements sur le marketing et la publicité ou que la présente Règle et les Règlements adoptés en vertu de celle-ci s'appliquent, il incombe alors à l'Association continentale et non à World Athletics d'appliquer et de mettre en œuvre les réglementations. Pour toute compétition visée aux alinéas 1.c, 1.d, 1.e et 2.d de la définition des Compétitions comptant sur le classement mondial, il incombe à l'organisateur de l'événement seul et non à World Athletics d'appliquer et de faire respecter les dispositions des réglementations.