



Directives de la FIFA relatives à la propriété intellectuelle

Juillet 2023, version 4.0

SOMMAIRE

Les présentes directives fournissent des informations et des conseils aux parties intéressées concernant la propriété intellectuelle et les autres droits commerciaux de la FIFA en relation avec la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, Australie & Nouvelle-Zélande 2023™ (ci-après : la « compétition ») et la FIFA.

Veillez noter que ce document a une vocation strictement informative et que les exemples mentionnés ne sont pas exhaustifs. Ces directives n'indiquent pas explicitement si une activité spécifique viole ou non les droits relatifs à la compétition. La FIFA regrette de ne pas être en mesure de fournir de clarifications sur chaque activité potentielle.

1 – INTRODUCTION

FIFA®

La Fédération Internationale de Football Association (ci-après : la « FIFA ») est l'instance dirigeante du football mondial. La FIFA détient l'ensemble des droits relatifs à la compétition, qui comprennent les droits de propriété intellectuelle, les droits médias, les droits marketing, les droits de licence, les droits de billetterie et les autres droits commerciaux.

Coupe du Monde Féminine de la FIFA™

La Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ est la compétition phare du football féminin. Elle suscite un engouement considérable tant auprès des amateurs de sport que dans le milieu des affaires. De multiples entités, sociétés, entreprises et organisations non commerciales voudront être impliquées dans la prochaine édition de cette épreuve, qui aura lieu en Australie et Nouvelle-Zélande du 20 juillet au 20 août 2023.

La FIFA s'appuie sur l'important soutien financier de ses sponsors, de ses détenteurs de droits médias et des autres détenteurs de droits de licence, ainsi que du pays hôte, pour financer le coût considérable lié à l'organisation d'un événement d'une telle ampleur. Sans la contribution financière essentielle de ces parties prenantes la tenue de la compétition serait impossible.

2 – PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE OFFICIELLE

La FIFA a développé une gamme d'éléments de marque, notamment des logos, des mots, des titres, des symboles et d'autres identificateurs en lien avec la compétition et la FIFA (ci-après : la « propriété intellectuelle officielle »). La propriété intellectuelle officielle est protégée en Australie, en Nouvelle-Zélande et dans d'autres territoires à travers le monde par des marques déposées et/ou d'autres formes de droits et lois sur la propriété intellectuelle, par exemple sur la concurrence déloyale ou la contrefaçon. Ces droits et lois protègent la FIFA contre l'utilisation non autorisée de reproductions identiques et de variantes de la propriété intellectuelle officielle, dont la similitude peut prêter à confusion.

Seuls les détenteurs de droits de la FIFA sont autorisés à utiliser à des fins commerciales la propriété intellectuelle officielle. Si vous n'êtes pas détenteur de droits de la FIFA et que vous souhaitez demander à utiliser l'emblème officiel ou d'autres marques officielles à des fins éditoriales, veuillez vous rendre sur :

<https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/>.

Ci-dessous se trouve une liste non exhaustive de la propriété intellectuelle officielle. Pour obtenir une vue d'ensemble complète de la propriété intellectuelle enregistrée dans un pays donné, veuillez vous renseigner auprès du ou des bureaux de propriété intellectuelle compétents et/ou demander conseil à un professionnel de la propriété intellectuelle au niveau local.

Emblème officiel



Mascotte officielle et nom de la mascotte officiel



TAZUNI™

Slogan officiel

**BEYOND
GREATNESS™**

Fonction officielle

**FIFA
WOMEN'S
WORLD CUP
AU·NZ·23™**

Trophée officiel



Marque FIFA

FIFA®

Marque FIFA Plus



Marques verbales

Coupe du Monde Féminine de la FIFA, Australie & Nouvelle-Zélande 2023™

Coupe du Monde Féminine de la FIFA 2023™

Coupe du Monde Féminine de la FIFA™

Repousser les limites™

Police officielle

Spécialement créée pour la compétition, la police officielle est protégée par des droits d'auteur et, dans plusieurs juridictions, par le système d'enregistrement de dessins et modèles.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7
8 9 0

3 – IMPORTANCE DE LA PROTECTION DES MARQUES ASSOCIÉES À LA COMPÉTITION

La FIFA accorde certains droits commerciaux, tels que les droits de diffusion, de billetterie, d'hospitalité, de publicité et autres droits promotionnels associés à la FIFA et/ou à la compétition, à diverses entités (ci-après : les « détenteurs de droits ») issues de divers secteurs à travers le monde.

Ces détenteurs de droits apportent à leur tour des contributions financières essentielles permettant l'organisation de la compétition et la réalisation d'investissements qui contribuent au développement du football dans le monde. Les détenteurs de droits n'investissent dans la compétition/la FIFA que s'ils bénéficient du droit d'utilisation exclusive des marques officielles et d'autres droits commerciaux. Sans cette exclusivité, c'est-à-dire sans la protection accordée par la marque, garantissant que personne ne puisse utiliser la propriété intellectuelle officielle, ni créer gratuitement une association avec la compétition, la valeur des droits acquis serait considérablement réduite. En conséquence, l'opportunité de devenir un détenteur de droits deviendrait moins attrayante, ce qui, à terme, pourrait amener la FIFA à ne plus être en mesure de réunir le financement nécessaire à l'organisation de la compétition et au développement du football mondial à travers ses programmes phares tels que le [programme de développement Forward de la FIFA](#).

La protection des droits commerciaux, notamment de la propriété intellectuelle officielle, est donc primordiale pour l'organisation de la compétition. Dès lors, la FIFA demande que les entités et individus non affiliés respectent ses droits et mènent leurs activités sans créer d'association commerciale avec la compétition.

4 – DÉTENTEURS DE DROITS DE LA FIFA

À l'heure actuelle, les détenteurs de droits de la FIFA sont les suivants :

AFFILIÉS COMMERCIAUX

Les affiliés commerciaux acquièrent l'une des formules de sponsoring suivantes : Partenaire FIFA, Partenaire FIFA pour le football féminin, Sponsor de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ et Supporter de la compétition. La liste suivante représente le contingent actuel d'affiliés commerciaux ; elle est mise à jour régulièrement.

1. Partenaires FIFA

Les Partenaires FIFA incluent des sociétés qui reçoivent (i) le droit d'être identifiées par la FIFA en tant que « Partenaire FIFA » dans le cadre de la compétition et (ii) des droits publicitaires, promotionnels et marketing en relation avec la FIFA et certaines de ses épreuves, notamment la compétition. Parmi les Partenaires FIFA actuels, figurent les sociétés suivantes :

FIFA PARTNERS



2. Partenaires FIFA pour le football féminin :

Les Partenaires FIFA pour le football féminin reçoivent (i) le droit d'être identifiés par la FIFA en tant que « Partenaire FIFA pour le football féminin » dans le cadre de la compétition et (ii) des droits publicitaires, promotionnels et marketing en relation avec une ou plusieurs compétitions féminines de la FIFA (notamment la compétition) et certaines autres activités de la FIFA relatives au football féminin. Parmi les Partenaires FIFA pour le football féminin actuels, figurent les sociétés suivantes :

FIFA WOMEN'S FOOTBALL PARTNERS



3. Sponsors de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA

Les Sponsors de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA incluent les sociétés qui ne sont ni Partenaires FIFA, ni Partenaires FIFA pour le football féminin, auxquelles la FIFA accorde (i) des droits publicitaires, promotionnels et marketing en relation avec des compétitions de la FIFA et (ii) le droit d'être identifiées par la FIFA en tant que « Sponsor de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ » en lien avec la compétition. Parmi les Sponsors de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ actuels, figurent les sociétés suivantes :

SPONSORS



4. Supporters de la compétition

Les Supporters de la compétition incluent des sociétés qui ne sont ni Partenaires FIFA, ni Partenaires FIFA pour le football féminin, ni Sponsors de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™, auxquelles la FIFA accorde (i) des droits publicitaires, promotionnels et marketing en relation avec la compétition à exercer sur un ou plusieurs territoires et/ou régions, et (ii) le droit d'être identifiées par la FIFA en tant que « Supporter de la compétition » en lien avec la compétition.

Océanie	Amérique du Sud	Asie	Amérique du Nord et centrale
<p>SUPPORTERS</p>	<p>SUPPORTER</p>	<p>SUPPORTER</p>	<p>SUPPORTERS</p>

DÉTENTEURS DE DROITS MÉDIAS

Les détenteurs de droits médias sont des entités auxquelles ont été octroyés un certain nombre de droits médias en relation avec la compétition sur un ou plusieurs territoires spécifiques. Ces droits comprennent :

- les droits de retransmission télévisée ;
- les droits radiophoniques ;
- les droits de retransmission à haut débit ;
- les droits de retransmission par télévision IP ; et
- les droits de retransmission mobile.

DÉTENTEURS DE LICENCES ET DE LICENCES CO-BRANDÉES

Les détenteurs de licences et de licences co-brandées désignent des entités auxquelles la FIFA a accordé ou accordera le droit de concevoir, fabriquer et vendre différents produits portant les marques officielles (ci-après : les « produits officiels sous licence »).

- Produits officiels sous licence co-brandés – produits officiels portant la propriété intellectuelle officielle ainsi que certaines marques du détenteur (entreprise)
- Produits officiels sous licence – produits officiels portant uniquement la propriété intellectuelle officielle

HOSPITALITÉ

La FIFA a nommé l'entité MATCH Hospitality AG détentrice exclusive des droits internationaux d'hospitalité pour le programme d'hospitalité de la FIFA dans le cadre de la compétition. Cette entité est la seule autorisée à proposer, directement ou par l'intermédiaire de ses agents de vente, des formules d'hospitalité (y compris des billets) dans le monde entier.

5 – COMMENT CÉLÉBRER LA COMPÉTITION SANS ASSOCIATION NON AUTORISÉE

Il existe des moyens légitimes de célébrer la compétition sans utiliser la propriété intellectuelle officielle, ni créer d'association commerciale non autorisée avec l'événement. La FIFA encourage les entreprises et le grand public à utiliser des images génériques liées au football ou à un pays et/ou une terminologie n'incluant pas la propriété intellectuelle de la FIFA.

Les activités qui créent une association commerciale indue ne sont pas autorisées et feront l'objet de procédures juridiques. Une association commerciale indue est établie lorsqu'une entreprise laisse entendre l'existence d'une association avec la FIFA ou la compétition, par exemple en utilisant la propriété intellectuelle officielle ou en donnant l'impression d'être un sponsor ou un détenteur de droits.

Pour éviter toute activité promotionnelle violant la propriété intellectuelle de la FIFA et/ou d'autres droits commerciaux, nous vous suggérons de solliciter un avis juridique indépendant.

6 – AVIS AUX MÉDIAS

Le succès de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA™ est étroitement lié à l'importante couverture médiatique dont elle fait l'objet. Par conséquent, la FIFA accueille favorablement la volonté des médias d'utiliser la propriété intellectuelle officielle à des fins éditoriales, informatives et non commerciales, à condition que cette utilisation ne crée pas d'association non autorisée entre la compétition et une entité non détentrice de droits de la FIFA.

La section 7 ci-après comprend des exemples d'utilisation de la propriété intellectuelle officielle de manière conforme aux libertés juridiques, au programme commercial de la FIFA et aux droits des détenteurs de droits de la FIFA. Les présentes directives ne visent aucunement à contrôler ni restreindre de quelque manière que ce soit le contenu des sujets et articles réalisés sur la compétition par les médias.

Les utilisations de la propriété intellectuelle officielle décrites ici couvrent toutes les formes de médias écrits et numériques, y compris, sans toutefois s'y limiter, la télévision, Internet, les supports mobiles, les jeux, les applis et les réseaux sociaux.

Archives numériques de la FIFA

Les médias peuvent obtenir gratuitement des copies numériques de la propriété intellectuelle officielle [via https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/](https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/). Ces éléments doivent être utilisés en conformité avec les directives graphiques de la FIFA, que vous recevrez de cette dernière avec les fichiers numériques de haute qualité contenant les éléments demandés.

7 – EXEMPLES D'UTILISATION

Cette section a pour objectif d'aider les tierces parties à éviter toute association commerciale non autorisée avec la compétition. Ces exemples d'utilisation de la propriété intellectuelle officielle couvrent toutes les formes de diffusion écrite et numérique, y compris, sans toutefois s'y limiter, les publications papier, la télévision, Internet, les supports mobiles, les jeux, les applis et les réseaux sociaux.

Étant donné qu'il est impossible d'illustrer tous les scénarios potentiels d'utilisation autorisée ou non autorisée, ou encore de préciser les différentes sanctions juridiques applicables d'un pays à un autre, les *exemples non exhaustifs ci-après sont fournis uniquement à titre d'exemple*.

Les scénarios ci-dessous visent à apporter une aide pratique aux entités et aux personnes qui ont l'intention légitime d'éviter de s'associer à la compétition de manière indue. Ils ne doivent pas être utilisés comme un outil permettant d'éviter toute responsabilité juridique découlant de l'intention délibérée de contourner les droits marketing de la FIFA. Les expériences passées montrent que les tentatives visant à s'appuyer sur les présentes directives pour justifier une association déloyale ou une violation de droits ne sont jamais couronnées de succès. La FIFA part du principe que vous coopérerez avec elle et que vous respecterez ses demandes ainsi que ses droits. Les droits de la FIFA sont par conséquent explicitement réservés.

Les présentes directives, portant strictement sur les droits détenus par la FIFA, ne contiennent aucune affirmation relative à des droits détenus par des tierces parties telles que les joueurs, clubs, associations membres, confédérations, affiliés commerciaux de la FIFA ou autres entités, organisations et/ou personnes.

A. MÉDIAS

A1. MÉDIAS PAPIER ET NUMÉRIQUES

Utilisation à des fins éditoriales

L'utilisation des marques officielles dans du contenu éditorial légal, tel que du contenu couvrant spécifiquement la compétition, ne crée aucune association non autorisée. En revanche, la propriété intellectuelle officielle ne peut pas faire partie intégrante de la mise en page d'une publication, être utilisée comme des éléments de marque sur une publication ni apparaître seule, dans une position statique ou de manière récurrente, sur un site Internet (notamment au moyen d'une représentation répétée de la propriété intellectuelle officielle dans le coin d'une édition spéciale ou sur chaque page de la section particulière d'un site Internet, étant donné que cela peut suggérer une approbation de la FIFA).



Utilisation commerciale

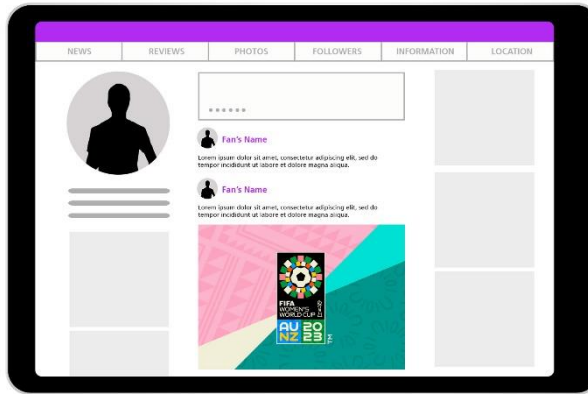
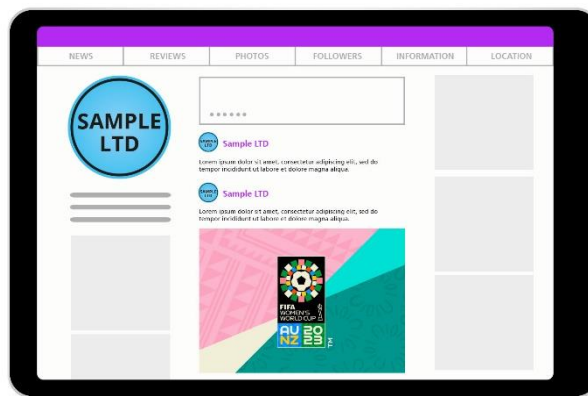
La propriété intellectuelle officielle ne saurait être utilisée avec le logo d'une entreprise, ni à proximité, ni dans le cadre d'une référence commerciale telle que « Vous est fourni par... », « Présenté par... », « Sponsorisé par... », etc.



A2. MÉDIAS SOCIAUX

Poster des images de la propriété intellectuelle officielle

L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle par les supporters, sans but commercial, est généralement acceptée. Cependant, une utilisation excessive de la propriété intellectuelle officielle peut laisser entendre une association avec la compétition ou la FIFA, et doit par conséquent être évitée.

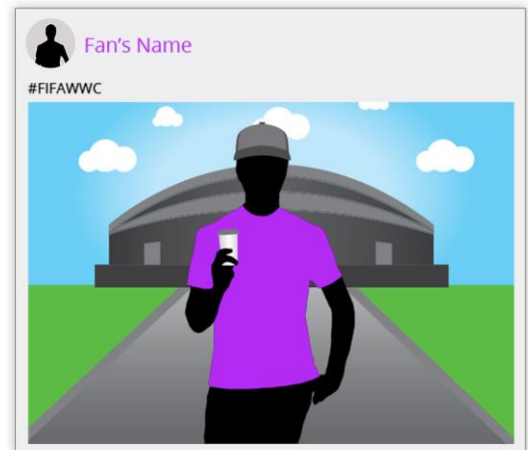
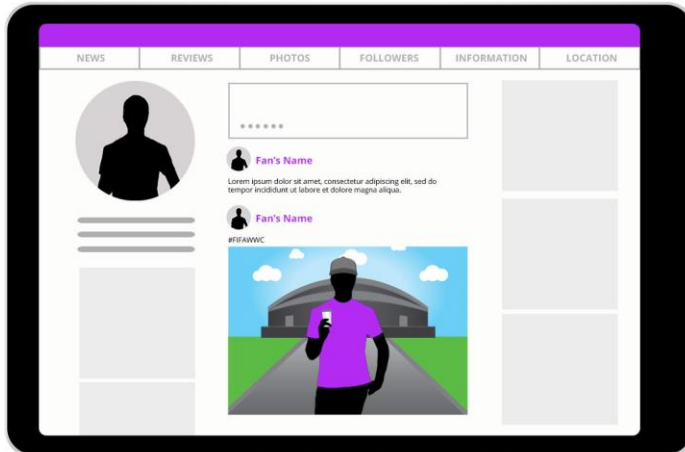


Retweet ou partage de contenu officiel

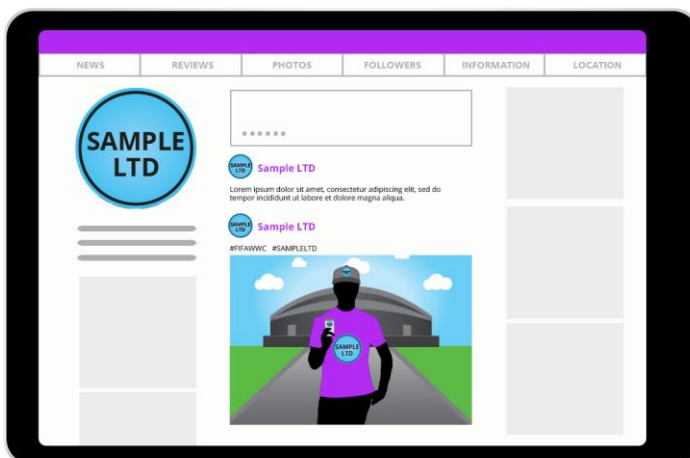
Le grand public est autorisé à retweeter ou partager du contenu officiel des comptes de la FIFA ou de l'événement dès lors qu'il n'en retire aucun bénéfice commercial. Seuls les détenteurs de droits de la FIFA peuvent retweeter ou partager du contenu officiel à des fins commerciales.

Mot-dièses

L'utilisation sans but commercial de la propriété intellectuelle officielle par les supporters à travers des mots-dièses est généralement acceptée.



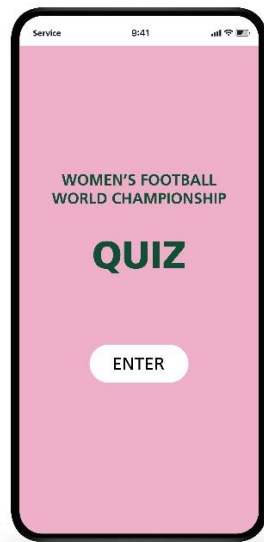
L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle à travers des mots-dièses par des profils (d'entreprise) désireux d'attirer l'attention sur leur profil et/ou sur d'autres entreprises ou marques afin de tirer des bénéfices commerciaux crée par là-même une association commerciale avec la compétition et/ou la FIFA. Elle doit donc être limitée à la FIFA et aux détenteurs de droits de la FIFA.



SERVICES ET APPLICATIONS MOBILES/INTERNET

L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle ou la diffusion de contenu à des fins commerciales dans des applications et/ou tout autre service mobile/Internet n'est pas autorisée.

L'utilisation éditoriale/descriptive de l'événement est autorisée sous réserve que cela ne laisse pas penser que les services sont liés de quelque manière que ce soit à la compétition ou à la FIFA. Les noms ou titres de ces services ou applications ne peuvent inclure la propriété intellectuelle officielle d'une manière qui suggère une approbation de la FIFA, par exemple le titre complet de l'événement ou son emblème officiel.



A3. NOMS DE DOMAINE/URL/LIENS HYPERTEXTE

La propriété intellectuelle officielle ne peut être incorporée dans les noms de domaine, sauf autorisation de la FIFA. L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle dans des URL ou liens hypertexte par des sites Internet commerciaux n'est pas autorisée.



A4. SITES INTERNET (AMBIANCE ET IDENTITÉ VISUELLE)

La propriété intellectuelle officielle ne peut être utilisée dans le cadre de la conception globale d'un site ni d'une page Internet (y compris pour la conception de fonds d'écran ou de papiers peints) si cela suggère l'existence d'une association avec la compétition/la FIFA.



A5. BLOGS

L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle sur des blogs couvrant ou commentant la compétition, mais ne comportant aucun contenu commercial ou publicitaire, n'entraîne généralement aucune association non autorisée et, par conséquent, est autorisé.



B. PUBLICITÉS COMMERCIALES

L'utilisation de toute propriété intellectuelle officielle dans des annonces commerciales est susceptible de créer une association non autorisée et doit par conséquent être évitée.



C. CONCOURS/JEUX/TIRAGES AU SORT

Les concours, jeux ou tirages au sort utilisant toute propriété intellectuelle officielle ou créant une association commerciale avec la compétition ne sont pas permis, sauf autorisation de la FIFA.



D. ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES DE BILLETTERIE

Sauf autorisation de la FIFA ou si cela est organisé en coopération avec un détenteur de droits de la FIFA, il n'est pas permis d'utiliser les billets pour la compétition (ci-après : les « billets ») à des fins publicitaires, de tirage au sort, d'incitation, d'enchères en ligne et/ou de tout autre type de promotion auprès des consommateurs.



Les billets obtenus par le biais de promotions non autorisées seront annulés une fois identifiés et l'accès au stade sera refusé aux détenteurs.

E. CALENDRIER DES MATCHES

Utilisation à des fins éditoriales

L'utilisation ou la reproduction du calendrier officiel des matches à des fins éditoriales et non commerciales ne crée aucune association non autorisée et est généralement acceptée.



Utilisation commerciale

L'utilisation commerciale du calendrier des matches avec le logo d'une entreprise ou à proximité, ou dans le cadre d'une référence commerciale telle que « Vous est fourni par... », « Présenté par... » ou « Sponsorisé par... », etc., est interdite.



Remarque : le calendrier des matches de la compétition est protégé par des droits d'auteur et d'autres droits de propriété intellectuelle dans de nombreux pays à travers le monde. Les sociétés de médias d'information sont autorisées à publier le calendrier des matches séparément ou dans une de leurs publications afin d'informer le public de la compétition. Toutefois, aucune marque commerciale non autorisée ne peut être utilisée sur le calendrier des matches, à proximité, ni en relation avec lui.

F. COMPTES À REBOURS/MESSAGES DÉFILANTS

Tout outil de marque commerciale mis au point pour illustrer le compte à rebours de la compétition créé une association non autorisée, qu'elle soit physique ou en ligne.



G. ENTREPRISES

G1. NOMS COMMERCIAUX

L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle en lien avec un nom commercial est interdite dans quelque contexte que ce soit, sauf autorisation de la FIFA.



G2. DÉCORATIONS DE COMMERCES (RESTAURANTS, BARS, MAGASINS, ETC.)

La décoration d'un commerce sur le thème général du football ou d'un pays spécifique ne constitue pas une association non autorisée et, par conséquent, est généralement acceptée.



L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle pour décorer un magasin n'est pas autorisée, à moins que la FIFA ou un de ses détenteurs de droits ne l'ait autorisée.



G3. PRODUITS DÉRIVÉS

Des produits dérivés reprenant le thème général du football, des noms de pays et/ou des drapeaux nationaux ne constituent pas une atteinte aux droits de la FIFA.



L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle ou de tout élément de celle-ci sur des produits dérivés est un droit exclusif des détenteurs de droits de la FIFA et n'est par conséquent pas autorisée. Si vous souhaitez devenir un détenteur de droits de la FIFA, veuillez vous référer à la section 8 ci-dessous.

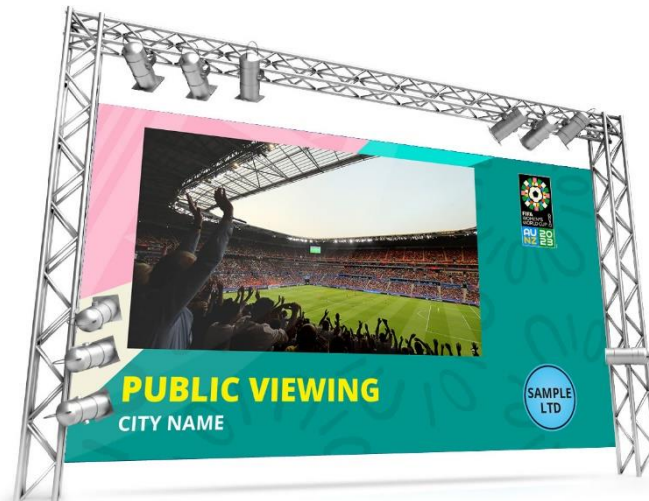


H. VISIONNAGE PUBLIC

Les organisateurs de retransmissions publiques autorisées sont tenus de se conformer au Règlement de la FIFA sur les projections publiques et d'obtenir une licence auprès de la FIFA ou de ses détenteurs de droits médias.

Toute autre manifestation publique montrant des images animées des matches de la compétition doit éviter l'utilisation de la propriété intellectuelle officielle ou l'affichage de sponsors pouvant créer une association non autorisée entre la FIFA et/ou la compétition et des tierces parties non détentrices de droits de la FIFA.

Le Règlement sur les projections publiques de la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, Australie & Nouvelle-Zélande 2023™ sera publié sur FIFA.com en amont de la compétition.



I. SUR PLACE LORS DE LA COMPÉTITION

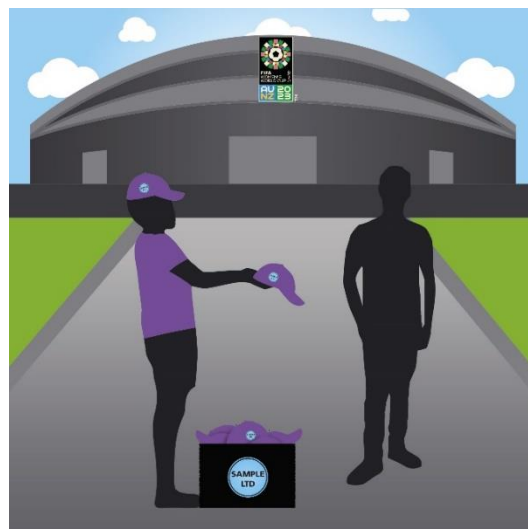
I1. INVITÉS

Les groupes de supporters, y compris les groupes d'invités, ne peuvent exposer ni porter d'articles exhibant de manière bien visible une même marque qui ne soit pas celle de la FIFA, y compris sur les panneaux guidant les groupes vers le stade, car cela crée une association non autorisée et enfreint les conditions générales d'utilisation des billets. Cela comprend les vêtements, les drapeaux ou tout autre article donné aux supporters.



I2. DISTRIBUTION D'ARTICLES DE MARQUE

La distribution sans autorisation d'articles de marque les jours de match dans la zone entourant le stade n'est pas permise car elle crée une association non autorisée de la marque concernée avec la compétition, suggérant que la marque en est un sponsor.



8 – COORDONNÉES ET MODALITÉS

En règle générale, une organisation, institution, entité ou personne peut tirer des bénéfices et s'impliquer dans la compétition de nombreuses manières différentes sans pour autant utiliser la propriété intellectuelle officielle, ni s'associer commercialement à l'événement, par exemple en :

- fournissant divers services pour la compétition :
 - infrastructures ;
 - activités et manifestations organisées par la FIFA et/ou le Conseil suprême pour la remise et l'héritage ;
 - restauration ;
 - concessions pour l'alimentation et les boissons ;
 - recyclage et gestion des déchets ;
 - sécurité privée ;
 - livraison d'ameublement ;
- contactant les détenteurs de droits de la FIFA afin de connaître les possibilités de co-promotion ;
- soutenant le football local, notamment le football de base dans son propre pays, après avoir pris conseil auprès de sa fédération nationale.

Pour en savoir plus, veuillez vous rendre sur www.FIFA.com ou envoyer un courriel aux adresses électroniques indiquées ci-dessous.

Sponsoring

Si vous souhaitez devenir détenteur de droits/sponsor, veuillez contacter sales@fifa.org.

Exploitation de licence

Si vous êtes intéressé par les opportunités de licence, veuillez contacter retail-licensing@fifa.org

Retransmissions publiques

Si vous souhaitez déposer une demande de licence de retransmission publique pour la Coupe du Monde Féminine de la FIFA, Australie & Nouvelle-Zélande 2023™ ou avoir des informations à cet égard, veuillez envoyer un courriel à l'adresse publicviewing@fifa.org.

Utilisation des marques

Pour demander à utiliser la propriété intellectuelle officielle à des fins éditoriales, veuillez vous rendre sur la page des Archives numériques de la FIFA (www.fifadigitalarchive.com) et cliquez sur le bouton « MARK REQUEST FORM » (formulaire de demande d'utilisation des marques).

Vente/promotion non autorisée de billets

Nous vous invitons à signaler toute vente/promotion non autorisée de billets, ainsi que tout achat par vous-même de billets que vous pensez être des contrefaçons, en nous contactant par courriel à l'adresse ticketenforcement@fifa.org.

Utilisation non autorisée de la propriété intellectuelle officielle de la FIFA

Pour signaler toute utilisation non autorisée de la propriété intellectuelle officielle de la FIFA, veuillez envoyer un courriel à l'adresse brandprotection@fifa.org.