Directives de la FIFA relatives à la propriété intellectuelle

Juin 2024, version 2.0

Tables des matières

Tables des matières 1

1 - INTRODUCTION 3

2 - PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE OFFICIELLE 4

3 - IMPORTANCE DE LA PROTECTION DES MARQUES ASSOCIÉES À LA COMPÉTITION 9

4 - DÉTENTEURS DE DROITS DE LA FIFA 10

5 - COMMENT CÉLÉBRER LA COMPÉTITION SANS ASSOCIATION NON AUTORISÉE 13

6 - AVIS AUX MÉDIAS 14

7 - EXEMPLES D'UTILISATION 15

8 - COORDONNÉES ET MODALITÉS 28

Les présentes directives fournissent des informations et des conseils aux parties intéressées sur la propriété intellectuelle et les autres droits commerciaux de la FIFA en relation avec la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ (ci-après : la « compétition ») et la FIFA.

Veuillez noter que ce document a une vocation strictement informative et que les exemples mentionnés ne sont pas exhaustifs. Ces directives ne confirment pas explicitement si une activité enfreint 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 tous les droits relatifs à la compétition, qui comprennent tous les droits de propriété intellectuelle, les droits médias, les droits marketing, les droits de licence, les droits de billetterie et autres droits commerciaux.

Coupe du Monde de la FIFA™

La Coupe du Monde de la FIFA™ est le plus grand événement unidisciplinaire au monde et l'une des compétitions les plus suivies de la planète. Elle suscite un grand intérêt de la part des amateurs de sport et du monde des affaires. La finale de la Coupe du Monde de la FIFA, Qatar 2022™ a été suivie par plus de 1,5 milliard de personnes. Dans le cadre de la Coupe du Monde de la FIFA, Qatar 2022™, près de 5 milliards de personnes ont interagi sur la multitude de plateformes et appareils disponibles dans l'univers des médias.

De multiples entités et individus voudront être impliqués dans la prochaine édition de la compétition phare du football, à savoir la Coupe du Monde de la FIFA 2026™. En juin-juillet 2026, pas moins de 48 équipes et plus 1 200 joueurs prendront part aux 104 matches de cette compétition dans 16 stades, répartis dans trois pays (Canada, Mexique et États-Unis).

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 des pays hôtes, des villes hôtes et des supporters - pour financer le coût considérable lié à l'organisation d'un événement d'une telle ampleur.

Les répercussions de la Coupe du Monde de la FIFA™

Dans l'optique de développer le football partout dans le monde, la FIFA partage le succès de la Coupe du Monde avec ses associations membres et la communauté du football mondial dans son ensemble. Les recettes du programme commercial permettent à la FIFA de soutenir diverses activités de développement dans les domaines technique, médical et éducationnel.

À travers son programme Forward, la FIFA a obtenu des résultats substantiels en soutenant ses associations membres et les six confédérations, non seulement d'un point de vue financier pour leurs opérations quotidiennes, mais aussi en les aidant à fixer de nouveaux objectifs stratégiques à long terme. Les projets de développement sur mesure fournissent, entre autres, des infrastructures et de l'équipement pour le football de jeunes, soutiennent les compétitions et favorisent la promotion du football féminin.

Le succès de son programme commercial a permis à la FIFA d'investir USD 1 milliard dans le football féminin et USD 4 milliards dans le développement et l'éducation durant le cycle 2019-2022.

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 au Canada, au Mexique et aux États-Unis, ainsi que dans d'autres territoires à travers le monde, par des droits d'auteur, des marques déposées et/ou d'autres formes de droits et lois sur la propriété intellectuelle, comme par exemple sur la concurrence déloyale ou la contrefaçon. Ces lois protègent la FIFA contre l'utilisation non autorisée de reproductions identiques ainsi que 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 www.fifadigitalarchive.com.

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

Marque verbale officielle

FIFA WORLD CUP™

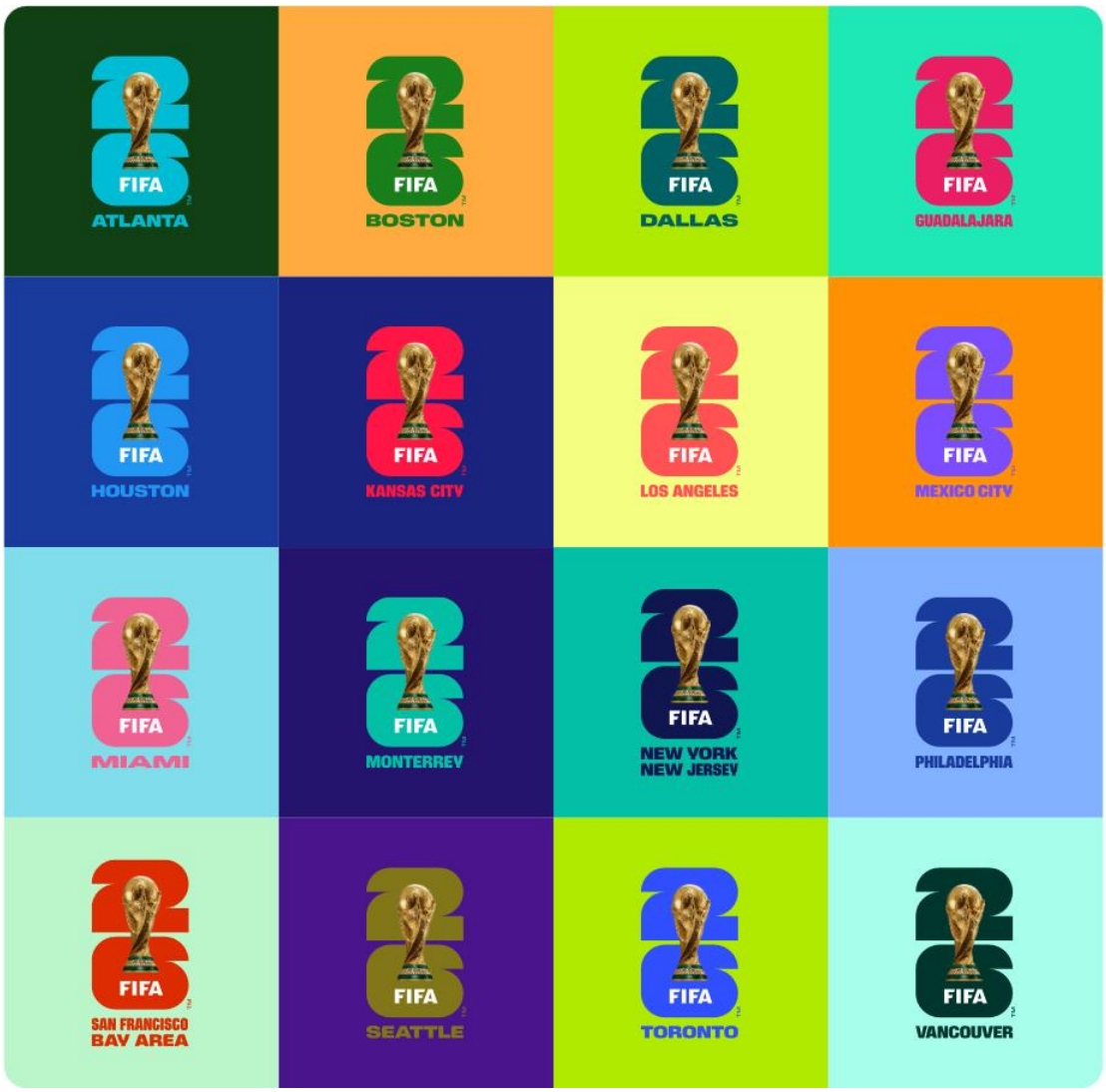
FIFA WORLD CUP 26™

Slogan officiel

Anglais	espagnol	français
WE ARE 26™	SOMOS 26™	NOUS SOMMES 26™
WE ARE 26™	SOMOS 26™	NOUS SOMMES 26™

Logos des villes hôtes

Disponibles dans différents motifs et couleurs pour chaque ville hôte (exemples ci-dessous).



Logos et slogan officiels des villes hôtes

Slogans des villes hôtes

WE ARE MIAMI™

WE ARE MEXICO CITY™

WE ARE TORONTO™

Mascotte officielle	dévoilée ultérieurement
Affiche officielle	dévoilée ultérieurement

Trophée officiel

TM

Marque FIFA

FIFA®

Marque FIFA Plus

FIFA®

Marques verbales

- FIFA World Cup 26™
- Coupe du Monde de la FIFA™

- Copa Mundial de la FIFA 26™
- Copa Mundial de la FIFA™

- Coupe du Monde de la FIFA 2026™
- Coupe du Monde de la FIFA™

- COUPE DU MONDE DE LA FIFA 26™
- World Cup™
- FIFA®
- COPA MUNDIAL™
- COUPE DU MONDE™
- MUNDIAL™

Police officielle « FWC 26 »

La police officielle « FWC 26 » a été spécialement créée pour la compétition et 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

L'édition 2026 de la Coupe du Monde de la FIFA™ est la première à se tenir dans trois pays.

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 DE LA FIFA

Les affiliés commerciaux acquièrent une formule de sponsoring dont les prestations sont réparties en plusieurs niveaux comprenant les Partenaires FIFA, les Sponsors Plus de la Coupe du Monde de la FIFA™, les Sponsors de la Coupe du Monde de la FIFA™ et les Supporters régionaux. La liste suivante représente le contingent actuel d'affiliés commerciaux impliqués dans la compétition ; elle est mise à jour régulièrement.

1. Partenaires FIFA

Les Partenaires FIFA sont des entités qui détiennent le plus haut niveau de sponsoring et à qui la FIFA a accordé ou accordera le statut de Partenaire mondial, ainsi que des droits commerciaux à l'échelle du monde entier en lien avec la FIFA et ses compétitions, y compris la compétition. Partenaires FIFA actuels :

2. Sponsors Plus de la Coupe du Monde de la FIFA

Les Sponsors Plus de la Coupe du Monde de la FIFA sont des entités qui détiennent le deuxième niveau de sponsoring le plus élevé, et à qui la FIFA a accordé ou accordera des droits commerciaux à l'échelle mondiale en lien avec certaines de ses compétitions entre équipes nationales masculines, y compris la compétition.

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

Les Sponsors de la Coupe du Monde de la FIFA sont des entités qui détiennent le troisième niveau de sponsoring le plus élevé, et à qui la FIFA a accordé ou accordera des droits commerciaux à l'échelle mondiale en lien avec la compétition. Sponsors de la Coupe du Monde de la FIFA™ actuels :

4. Supporters de la Coupe du Monde de la FIFA

Les Supporters de la Coupe du Monde de la FIFA sont des entités auxquelles la FIFA a accordé ou accordera des droits commerciaux pour des pays ou des régions spécifiques en relation avec la compétition.

Comité d'organisation, Supporters des villes hôtes et Donateurs des villes hôtes

Le Comité d'organisation, les Supporters des villes hôtes et les Donateurs des villes hôtes sont autorisés à utiliser certains droits de propriété intellectuelle de la FIFA dans le cadre de certaines activités promotionnelles autorisées, et à produire des articles sous licence, avec l'approbation de la FIFA.

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 LICENCE DE MARQUE/SANS MARQUE

Les détenteurs de licence de marque/sans marque sont des entités auxquelles la FIFA a accordé ou accordera le droit de concevoir, fabriquer et vendre des produits portant les marques officielles, c'est-à-dire des produits officiels sous licence. Les détenteurs de licence de marque peuvent jouir de droits de commercialisation limités pour la promotion et la vente de certains produits sous licence officiels.

- Produits (avec marque) officiels sous licence - produits officiels portant la propriété intellectuelle officielle ainsi que les marques du détenteur (entreprise)

- Produits (sans marque) officiels sous licence - produits officiels portant uniquement la propriété intellectuelle officielle

FOURNISSEURS OFFICIELS

Les Fournisseurs officiels sont des entités qui fournissent des biens et/ou des services dans le cadre d'une compétition de la FIFA, y compris la compétition, et à qui la FIFA a accordé ou accordera des droits permettant de se promouvoir en tant que fournisseur officiel de biens et/ou de services dans le cadre d'une compétition de la FIFA.

HOSPITALITÉ

La FIFA nommera en temps utile un détenteur exclusif des droits internationaux d'hospitalité pour le programme d'hospitalité de la FIFA dans le cadre de la compétition. Ce prestataire sera le seul autorisé à proposer, directement ou par l'intermédiaire de ses agents de vente, des formules d'hospitalité (y compris des billets) dans le monde entier.

De plus amples détails sur les détenteurs de droits de la FIFA sont disponibles sur https://inside.fifa.com/fr/about-fifa/commercial/fifa-marketing.

5 - COMMENT CÉLÉBRER LA COMPÉTITION SANS ASSOCIATION NON AUTORISÉE

Il existe des moyens légitimes de célébrer la compétition sans utiliser la propriété intellectuelle de la FIFA, 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 qui n'incluent pas sa propriété intellectuelle.

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 enfreignant 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

La Coupe du Monde de la FIFA™ est un phénomène médiatique mondial et son succès 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/. 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).

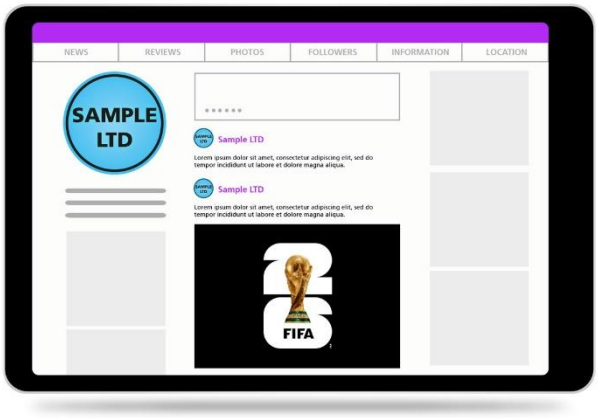
Utilisation commerciale

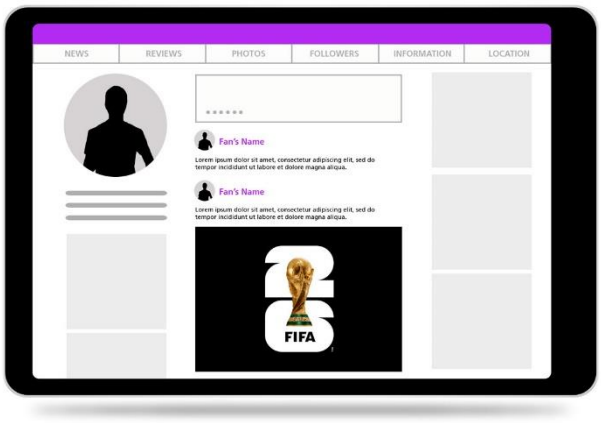
La propriété intellectuelle officielle ne saurait être utilisée avec le logo d'une entreprise, ni à proximité, ni dans le cadre d'une référence commerciale telle que « Vous est fourni par… », « Présenté par… », « Sponsorisé par… », etc.

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.



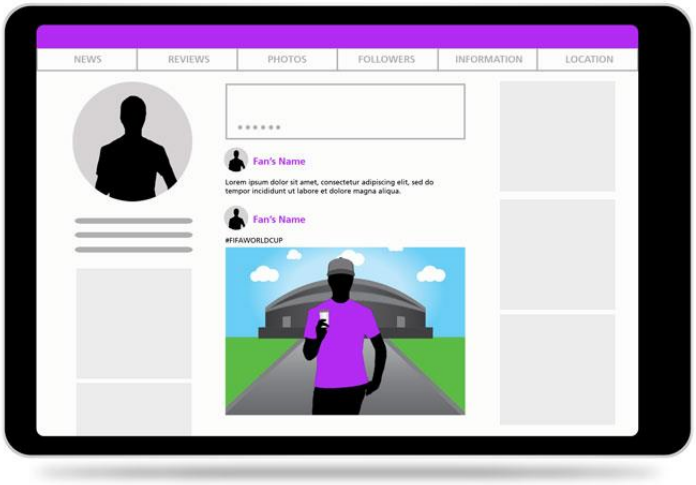


Retweet ou partage de contenu officiel

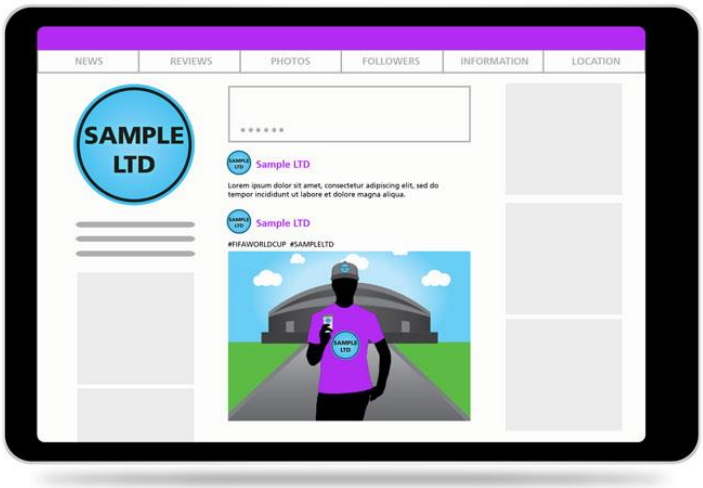
Le grand public est autorisé à retweeter ou partager du contenu officiel des comptes de la FIFA ou de l'événement dès lors qu'il n'en retire aucun bénéfice commercial. Seuls les détenteurs de droits de la FIFA peuvent retweeter ou partager du contenu officiel à des fins commerciales.

Mot-dièses

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



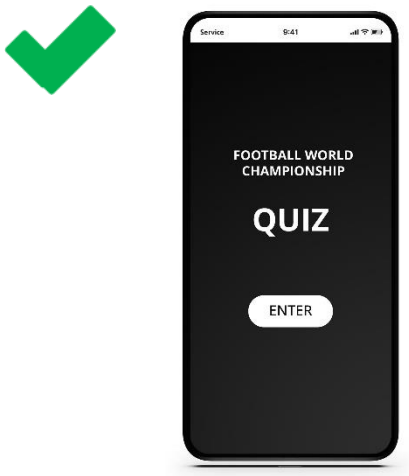
L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle à travers des mots-dièses par des profils (d'entreprise) désireux d'attirer l'attention sur leur profil et/ou sur d'autres entreprises ou marques afin de tirer des bénéfices commerciaux crée par là-même une association commerciale avec la compétition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



A3. 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.



A4. 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.

A5. SITES INTERNET (AMBIANCE ET IDENTITÉ VISUELLE)

La propriété intellectuelle officielle ne peut être utilisée dans le cadre de la conception globale d'un site ou 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.

A6. 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. DÉCORATION 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 et/ou des noms de pays ou des drapeaux nationaux ne constituent pas une atteinte aux droits de la FIFA.

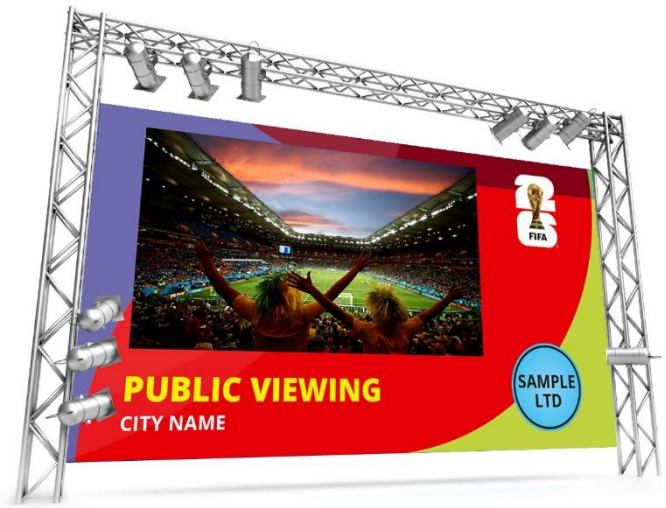
L'utilisation de la propriété intellectuelle officielle ou de tout élément de celle-ci sur des produits dérivés est un droit exclusif des détenteurs de droits de la FIFA et n'est par conséquent pas autorisée. Si vous souhaitez devenir un détenteur de droits de la FIFA, veuillez vous référer à la section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

H. VISIONNAGE PUBLIC

Les organisateurs de retransmissions publiques autorisées sont tenus de se conformer au Règlement sur les projections publiques de la compétition 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 compétition 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 événements organisés par la FIFA et/ou les villes hôtes
  - 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 envoyer un courriel à l'adresse sales@fifa.org.

Octroi de licence
Si vous souhaitez obtenir une licence, veuillez envoyer un courriel à l'adresse retail-licensing@fifa.org.

Visionnage public
Si vous souhaitez déposer une demande de licence de retransmission publique pour la compétition ou avoir des informations à cet égard, veuillez envoyer un courriel à l'adresse https://publicviewing.fifa.org/public_viewing.

Utilisation des marques
Pour demander à utiliser la propriété intellectuelle de la FIFA 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.