



Guide relatif aux propriétés olympiques Et aux logos des CROS/CDOS/CTOS

Le présent guide a été rédigé à l'usage des CROS/CDOS/CTOS afin de leur préciser leurs droits et leurs obligations concernant les propriétés Olympiques et leurs logos. Ce guide a pour objet de renforcer l'unité, la lisibilité et la cohérence de la « filière Olympique et sportive française » composée du CNOSF au niveau national, et des CROS/CDOS/CTOS qui ont vocation à le représenter aux niveaux régional, départemental et territorial. Ce guide comprend trois parties :

- Les règles relatives aux propriétés Olympiques (définition, utilisation et protection propriétés Olympiques).
- La charte graphique des logos institutionnels et commerciaux.
- La charte d'utilisation des logos institutionnels et commerciaux.

I. Règles relatives aux propriétés Olympiques

Préambule

Il est important de rappeler qu'en 1980, le Mouvement Olympique a connu des difficultés, notamment en raison d'incertitudes financière, et que l'avenir des Jeux Olympiques était sujet à interrogations.

A partir de 1984, l'augmentation sensible des droits de télévision, et la création du programme marketing mondial du Comité International Olympique (CIO), dénommé TOP (« *the olympic programm* »), ont progressivement apporté une stabilité financière au mouvement olympique et assuré la pérennité des Jeux Olympiques. Aujourd'hui c'est au total plus d'un milliard de dollars qui vient abonder chaque année le mouvement Olympique. Le Comité International Olympique reverse 93% de cette somme aux Comités d'Organisation des Jeux Olympiques (COJO), aux Fédérations Internationales (FI) et aux Comités Nationaux Olympiques (CNO). Le sport mondial est financé en grande partie par la manne des télévisions et des partenaires Olympiques qui ont acquis très cher le droit d'être les seuls à pouvoir utiliser les propriétés olympiques.

Il faut au surplus tenir compte du fait que le CNOSF est lui-même financé à hauteur de 40% de son budget par des fonds privés et qu'il serait dans l'incapacité de mener ses actions sans l'aide financière apportée par les sponsors.

Il convient de noter que ces fonds privés permettent au CNOSF d'aider financièrement les CROS/CDOS/CTOS, soit de manière directe (exemples : aides à l'emploi, Journée Olympique,...), soit de manière indirecte par la réalisation d'outils (Extranet, publications, outils de communication,...).

La survie même du mouvement Olympique, et notamment celui français, est donc liée à la capacité du CNOSF, avec l'appui des CROS/CDOS/CTOS, à protéger les propriétés olympiques et à maintenir ainsi, voire à développer leur valeur et leur attractivité pour des entreprises.

A. La définition des propriétés Olympiques ?

La Charte Olympique explique ce que sont les propriétés Olympiques :

- Le symbole : les cinq anneaux entrelacés en une ou cinq couleurs.
- Le drapeau constitué d'un fond blanc sur lequel figure les 5 anneaux.
- La devise « *Citius, altius, fortius* » dans sa version originelle ou traduite.
- L'hymne (œuvre musicale dénommée « *Hymne olympique* », composée par Spiros Samara.
- Les identifications telles que « *Jeux Olympiques* », « *Jeux de l'Olympiade* »... Cette liste n'est bien évidemment pas exhaustive et concerne, entre autres, tout terme comprenant les mots « *Olympique* », « *Olympiade* »,...
- Les désignations Olympiques : elles constituent une représentation visuelle ou sonore d'une association, relation ou autre lien avec les Jeux Olympiques, le Mouvement Olympique ou l'une de ses parties constitutives.
- Les emblèmes Olympiques : il s'agit d'un dessin intégré associant les anneaux olympiques à un autre élément distinctif.
- La flamme Olympique qui est allumée à Olympie sous l'autorité du CIO.
- Le flambeau, encore appelé torche, qui est un flambeau, ou torche, portable ou sa réplique, approuvé par le CIO et destiné à la combustion de la flamme olympique.

B. L'impossibilité d'utiliser les propriétés Olympiques

Toutes les propriétés Olympiques appartiennent exclusivement au CIO qui en détient seul les droits d'usage. De plus, il convient de rappeler que les Jeux Olympiques sont la propriété exclusive du CIO qui est titulaire de tous les droits s'y rapportant (exploitation, accès et diffusion,...).

En conséquence, ni le CNOSF, ni les CROS/CDOS/CTOS, qui ont vocation à le représenter dans leur ressort territorial ne peuvent utiliser, imiter, reproduire ou déformer les propriétés

Olympiques. Cette impossibilité concerne notamment (liste non exhaustive) : l'aménagement extérieur et intérieur des maisons régionales et/ou départementales des sports, les sites Internet, les lettres d'actualité sous format papier et électronique, les publications, les agendas, les cartes de vœux,...

A titre tout à fait exceptionnel, et après accord express du CIO demandé par le CNOSF, les CROS/CDOS/CTOS pourront utiliser le terme « Olympique » sous réserve que ces opérations s'inscrivent dans le cadre de la promotion de l'Olympisme et de ses valeurs (exemple de la « *Journée Olympique* »). Seul le CNOSF, en tant que représentant du CIO en France, sera habilité à formuler de telles demandes auprès de ce dernier. Les CROS/CDOS/CTOS devront obligatoirement saisir le CNOSF lorsqu'ils voudront obtenir du CIO une dérogation exceptionnelle au principe exposé ci-dessus.

C. La protection des propriétés olympiques

1. Le rôle du CNOSF

Le CIO a confié la protection de ses propriétés Olympiques en France au CNOSF. Cette mission confiée au CNOSF est également rappelée par l'article L.141-5 du Code du Sport qui dispose : « *Le Comité National Olympique et Sportif Français est propriétaire des emblèmes Olympiques nationaux et dépositaire de la devise, de l'hymne, du symbole Olympique et des termes "Jeux Olympiques" et "Olympiade". Le fait de déposer à titre de marque, de reproduire, d'imiter, d'apposer, de supprimer ou de modifier les emblèmes, devise, hymne, symbole et termes mentionnés à l'alinéa précédent sans l'autorisation du Comité national olympique et sportif français est puni des peines prévues aux articles L.716-9 et suivants du code de la propriété intellectuelle¹ ».*

De plus, l'article 2 des statuts du CNOSF dispose : « *Le CNOSF a pour objet de s'opposer à tout usage du symbole, du drapeau, de la devise et de l'hymne Olympiques qui serait contraire aux dispositions de la Charte Olympique et de veiller à la protection des termes "Olympique" et "Olympiade" ».*

¹Cet article dispose : « *Est puni de quatre ans d'emprisonnement et de 400 000 Euros d'amende le fait pour toute personne, en vue de vendre, fournir, offrir à la vente ou louer des marchandises présentées sous une marque contrefaite :*

- a) *D'importer sous tout régime douanier, d'exporter, de réexporter ou de transborder des marchandises présentées sous une marque contrefaite ;*
- b) *De produire industriellement des marchandises présentées sous une marque contrefaite ;*
- c) *De donner des instructions ou des ordres pour la commission des actes visés aux a et b.*

Lorsque les délits prévus au présent article ont été commis en bande organisée, les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 500 000 Euros d'amende ».

2. Les CROS/CDOS/CTOS

Il convient de noter que des textes précisent les droits et les obligations des CROS/CDOS/CTOS concernant l'utilisation et à la protection des propriétés Olympiques :

- L'article 2 du modèle de statuts des CROS/CDOS/CTOS, approuvé par le Conseil d'Administration du CNOSF le 20 juin 2007, dispose : « *Les CROS/CDOS/CTOS ont pour objet, dans le cadre des orientations fixées par le CNOSF, d'alerter ce dernier sur l'utilisation des propriétés Olympiques pour lui permettre d'exercer sa mission de veille et de protection concernant l'utilisation du symbole, du drapeau, de la devise, de l'hymne Olympique, et des termes "Olympiques" et "Olympiades" qui seraient contraires aux dispositions de la Charte Olympique* ».
- L'annexe de la note d'orientation nationale 2005-2009 élaborée par le CNOSF à l'attention des CROS/CDOS/CTOS, et présentée à ces derniers lors de leur Congrès à Martigues le 7 octobre 2006, précise : « *En aucun cas, les CROS/CDOS/CTOS ne pourront utiliser, ni imiter, les propriétés olympiques du CIO, qui comprennent, notamment, le symbole, la devise, le drapeau, l'hymne, les termes "Olympiques", "Jeux Olympiques", et "Olympiades". Néanmoins, afin de renforcer l'identité et l'unité de "la filière olympique française", les CROS/CDOS/CTOS utiliseront leur logo en respectant la charte graphique définie par le CNOSF. En complément du respect des règles énoncées ci-dessus, les CROS/CDOS/CTOS ont le devoir d'alerter le CNOSF pour lui permettre d'assurer pleinement la protection des "propriétés Olympiques", dont il est, en vertu de la loi et en tant que représentant du CIO en France, le seul dépositaire sur le territoire national* ».

II. Charte graphique des logos institutionnels et commerciaux des CROS/CDOS/CTOS

Le CNOSF a élaboré deux chartes graphiques qui sont disponibles sur l'Extranet du Mouvement Olympique français (<http://extranet.franceolympique.com>) :

- La première pour les logos institutionnels des CROS/CDOS/CTOS
- La seconde pour les logos commerciaux des CROS/CDOS/CTOS

Chacune de ces deux chartes indique, tant pour le logo institutionnel que le logo commercial :

- La composition et la construction du logotype
- La taille de reproduction
- Les couleurs
- Son emplacement (zone de protection).

III. Charte d'utilisation des logos institutionnels et commerciaux des CROS/CDOS/CTOS

A. Communication des CROS/CDOS/CTOS

Les principes concernant la communication des CROS/CDOS/CTOS sont les suivants :

- Ils peuvent utiliser leur logo institutionnel lorsque leur communication n'associe pas de marque commerciale d'un tiers.
- Toute communication associant une marque commerciale tierce doit être réalisée avec le logo commercial du CROS/CDOS/CTOS.

Certains outils de communication institutionnels récurrents des CROS/CDOS/CTOS, détaillés dans le tableau ci-dessous, permettent un assouplissement de la règle afin de permettre l'apparition de partenaires financiers, des CROS/CDOS/CTOS dans des conditions spécifiées.

| Outils de communication des CROS/CDOS/CTOS (outils pour lesquels la structure assure la maîtrise d'ouvrage) | |
|--|---|
| Papier à en-tête, enveloppes, cartes de visite | C'est le support identitaire des CROS/CDOS/CTOS et il convient de protéger l'indépendance du mouvement sportif. Seuls les logos institutionnels des CROS/CDOS/CTOS peuvent figurer sur ces outils de communication. Il est bien entendu qu'une tolérance sera accordée aux CROS/CDOS/CTOS pour épuiser le papier à en-tête et les autres supports existant avant le 31/12/2008 fin de l'olympiade 2005-2008. |
| Supports de communication récurrents : - Lettres d'infos - Sites Internet - Annuaires - Plaquettes | <p>Possibilité d'apposer sur le même visuel, c'est-à-dire dans la même association visuelle, le logo institutionnel du CROS/CDOS/CTOS et celui d'un partenaire institutionnel (Conseil Régional ou Conseil Général par exemple), mais de manière clairement séparée ne laissant aucune ambiguïté sur l'émetteur. Par exemple le logo du CROS figure en haut de la première page de sa lettre institutionnelle, et le logo de la région figure en bas de cette première page.</p> <p>Impossibilité totale d'apposer sur un même visuel, le logo institutionnel du CROS/CDOS/CTOS et celui d'un partenaire commercial.</p> <p>Cependant, dans la mesure où l'apparition du logo institutionnel du CROS/CDOS/CTOS et celui d'un partenaire commercial ne se ferait pas sur la même association visuelle (exemple : le logo commercial figure sur la 4^{ème} de couverture d'une lettre institutionnelle de 4 pages), il sera alors possible au CROS/CDOS/CTOS de mentionner ses partenaires commerciaux sous réserve que ceux-ci apparaissent avec la mention « avec le soutien de ». En aucune manière, il n'est possible que le logo institutionnel du CROS/CDOS/CTOS puisse apparaître dans la même association visuelle que les logos des partenaires.</p> |
| Autres cas : (exemple des affiches) | Lorsque doivent figurer sur une même association visuelle, les logos d'un CROS/CDOS/CTOS et celui d'un partenaire commercial (exemple d'une manifestation sportive organisée par un CDOS et à laquelle sont associés des partenaires commerciaux), seul le logo commercial du CDOS pourra figurer sur ce visuel. |

B. Communication des partenaires commerciaux des CROS/CDOS/CTOS

Lorsqu'une opération de communication est organisée par un partenaire commercial du CROS/CDOS/CTOS et qu'il souhaite associer à cette opération les structures déconcentrées du CNOSF sur ses supports de communication, seul le logo commercial des CROS/CDOS/CTOS pourra désormais être utilisé.

Par partenaire commercial, il convient également d'entendre tout partenaire institutionnel menant une activité commerciale, ou tout partenaire institutionnel associant en sus du logo du CROS/CDOS/CTOS d'autres entités pouvant avoir une activité commerciale.

Par précaution et devant la difficulté de contrôler toutes les utilisations tierces et de valider toutes les créations, il est plus prudent de limiter au logo commercial l'utilisation de l'emblème des CROS/CDOS/CTOS par des tiers.



En cas de doute quant à la règle à appliquer ou de validation avant tirage, les CROS/CDOS/CTOS peuvent prendre attache auprès :

- **Des référents territoriaux du CNOSF : marionguyomard@cnosf.org (pour les CROS et CTOS) et romainbonnard@cnosf.org (pour les CDOS)**
- **Du département communication/marketing du CNOSF : communication@cnosf.org**