



REKLAMEBESTEMMELSER FOR NASJONALE KONKURRANSER

A - KAPITTEL 13: AVTALER MELLOM IDRETTE OG NÆRINGSLIVET

§ 13-1 Idrettens frie stilling

Som avtalepartner skal NIF og tilsluttede organisasjonsledd ta vare på sin frie stilling. Organisasjonsledd må sikre at leddet beholder bestemmende myndighet over alle forhold knyttet til medlemskapet i NIF og den sportslige aktivitet. Organisasjonsledd må selv undertegne avtaler som pålegger leddet eller dets medlemmer forpliktelser. Organisasjonsledd kan ikke delegere myndighet til å undertegne avtaler som vedrører disse forhold.

Ingen avtaler kan inneholde bestemmelser som bryter med norsk idretts regelverk eller etiske grunnverdier, eller som er egnet til å skade idrettens anseelse. En henvisning til idrettens regelverk skal inntas i alle avtaler, og det skal fremkomme av avtalene at de i tilfelle motstrid skal fortolkes i samsvar med idrettens regelverk. Organisasjonsledd plikter å gjøre avtalemotpart oppmerksom på idrettens regelverk.

NIF og særforbundene kan utarbeide retningslinjer for avtaler mellom idretten og næringslivet. Slike retningslinjer må ligge innenfor regelverk fastsatt av NIFs lov og vedkommende internasjonale forbund. Særforbundene sender egne retningslinjer til NIF til orientering.

§ 13-2 Hvem som kan inngå avtaler

Avtaler kan bare inngås av organisasjonsledd. Avtalene skal være skriftlige og undertegnes av organisasjonsleddets styre. For fleridrettslag med gruppestyrer vil dette si hovedstyret.

§ 13-3 Idrettsutøvers rettigheter og plikter knyttet til avtaler med næringslivet

Utøver kan ikke inngå individuelle avtaler knyttet til sportslig virksomhet, herunder etablere ansettelsesforhold, annet enn med organisasjonsledd.

Organisasjonsledd kan i rimelig utstrekning kreve at utøver medvirker i gjennomføringen av samarbeidsavtaler mellom organisasjonsledd og næringslivet. Dette gjelder både utøvere som har et ansettelsesforhold til organisasjonsleddet og utøvere som deltar på landslag eller har andre representasjonsoppgaver.

Ved vurderingen av hva som er rimelig i henhold til foregående ledd skal blant annet legges vekt på:

- medvirkningens omfang
- den godtgjørelse eller andre fordeler utøver har hatt eller får gjennom tilknytningen til organisasjonsleddet
- organisasjonsleddets anvendelse av inntektene fra vedkommende samarbeidsavtale

NIF og særforbundene kan utarbeide retningslinjer for inngåelse av avtaler som omfatter bestemmelse om godtgjørelse til utøver som medvirker til gjennomføringen av avtalen.

Alle avtaler som omfatter utbetaling av godtgjørelse til utøvere som medvirker skal inneholde bestemmelse om at sponsorstøtte til utøver som omfattes av avtalen faller bort dersom utøver blir dømt for bruk av dopingmidler.

Innenfor de begrensninger som følger av NIFs lov, samt retningslinjer gitt av NIF og særforbund, har idrettsutøvere selv eiendomsretten til eget navn, bilde og signatur.

§ 13-4 Utøverens forbeholdsrett

Utøver kan ta forbehold om ikke å bli benyttet i markedsføring dersom slik medvirkning vil stride mot utøvers etiske eller moralske overbevisning. Dersom det oppstår tvil om utøverens overbevisning oppfylder kravene i første punktum, avgjøres dette av Idrettsstyret.

§ 13-5 Utforming av reklame

Det må vises varsomhet ved utforming av reklame tilknyttet idretten. Slik reklame må ikke virke forstyrrende eller skjemmende. Firma-/produkt navn må ikke brukes i navnet til offisielle norgesmesterskapskonkurranser.

§ 13-6 Idrettsstyrets kontroll

Organisasjonsledd plikter å innhente godkjenning for avtaler som helt eller delvis vedrører organisasjonsleddets administrasjon, markedsforhold, rettighetsforhold og liknende forretningsvirksomhet. Dette omfatter ikke avtaler uten forpliktende motytelse fra organisasjonsledd (gave) eller om ytelsen er begrenset til vanlig reklame. Godkjenning gis av Idrettsstyret eller den det gir fullmakt som kan nekte organisasjonsledd å inngå avtale med næringslivet dersom avtalen strider mot dette regelverk.

B: NSSF REKLAMEBESTEMMELSER

1.

NSSF inngår avtaler som omfatter løpere på forbundets treningsgrupper (heretter kalt landslagsløpere).

Kretser og lag kan inngå avtaler på sine løpere som ikke inngår i NSSFs treningsgrupper. Krets/klubb som har landslagsløper kan inngå samarbeidsavtaler hvor denne inngår som en av kretsens/klubbens løpere. Ved profilering i form av bilde, tekst eller annen fokusering skal alltid landslagsutøveren profileres i NSSFs landslagsdrakt sammen med minst to ikke landslagsutøvere fra kretsen/laget.

Samarbeidsavtaler hvor landslagsutøver inngår skal før underskrift sendes NSSF for godkjenning. Disse avtaler må ikke være i konflikt med NSSFs sentrale avtaler og de skal dersom ikke annet er avtalt gjelde for maksimalt to år med utløp pr. 30. april 2006, 30. april 2008 osv.

2.

Løpere som ikke er på NSSFs treningsgrupper, men som blir uttatt til representasjonsoppgaver skal følge NSSFs forpliktelser i forhold til forbundets samarbeidsavtaler. Representasjonsløpere kan ikke eksponere sponsorer som kolliderer bransjemessig med forbundets sentrale sponsorer.

3.

Ved inngåelse av avtaler på bestemte løpere v/ navn, skal disse gjøres kjent med avtalens forpliktelser og godkjenne innholdet i avtalen. Løpere på NSSFs treningsgrupper skal holdes orientert om NSSFs avtaler m/forpliktelser.

4.

Samarbeidsavtaler som gir organisasjonsleddet godtgjørelse i form av penger og/eller utstyr skal alltid overføres organisasjonsleddet. Utstyr fordeles til utøvere, og penger anvendes alltid i henhold til vedtatt budsjett for organisasjonsleddet.

5.

Krets eller lag kan inngå reklame på bilene til NSSFs landslagsløpere. Disse må ikke være i konflikt med NSSFs sentrale avtaler.

6.

Krets eller lag skal ikke gå direkte på NSSFs samarbeidspartnere, dersom dette ikke på forhånd er avtalt med NSSF.

7.

En utøver kan ha følgende reklame på sitt utstyr:

7.1. På ski, støvler, bindinger, skistaver: kun fabrikantens (produsentens) offisielle handelsmerker.

7.2. På hver hanske kan produsentens offisielle handelsmerke vises i en størrelse på maks. 15 cm². Merket kan om ønskelig være delt i to.

7.3. Briller og strikkene på briller skal være identisk med produkt i salg. Strikkens maksimale bredde er 4 cm. Dersom doble strikker benyttes, kan den ovennevnte reklame være på den ene.

7.4. På ørevarmere kan produsentens handelsmerke framkomme i bokstaver eller logo i en maks. størrelse på 15 cm² på hver ørevarmer.

7.5. På skidress, overtrekksdress og tilsvarende bekledding kan det totalt pr. antrekk være 450 cm² reklame. Ingen merker kan være større enn 100 cm². Merkene kan være i form av bokstaver eller logo tilhørende produsentene eller andre sponsorer. Reklamemerkene til samme sponsor kan ikke plasseres rett over/under hverandre eller rett ved siden av hverandre. Design eller mønster på klærne skal ikke representere eller imitere produsentens offisielle logo eller navn.

I sommerskiskyting gjelder dette alle klesplagg (også strømper og sokker), og all reklame på hud er forbudt.

7.6. På hodeplagg (lue eller pannebånd) kan en løper istedenfor nasjonalflagg eller nasjonalt forbundsemlen, benytte kretsens, klubbens, regionlagets eller kommunens navn eller emblem. Det er også mulig å benytte en skole eller militær avdelings navn eller emblem istedenfor en av de foran nevnte, dersom vedkommende er elev eller tjenestegjør ved denne. I stedet for nasjonalflagg eller nasjonalt forbundsemlen kan det også benyttes en kombinasjon av klubbnavn/klubbemblem og en av de andre ovennevnte navn/emblem. Dersom denne kombinasjonsmuligheten skal benyttes, skal klubbens navn stå nederst med kretsens-/ regionlagets-/ kommunens-/ militær avdelings-/ skolens navn/ emblem over. Hvert av de to merkene kan da ikke overstige en høyde på 2,5 cm. Emblemet må plasseres i fronten på hodeplagget i minimum størrelse 3 cm².

På hodeplagg tillates produsentens navn eller logo plassert med ett merke på hver side i maks. størrelse 15 cm². Dersom nasjonalflagg eller andre emblem beskrevet ovenfor plasseres i fronten på hodeplagget, kan et sponsormerke på 50 cm² plasseres ved siden av eller over emblemet. Denne 50 cm² store plassen kan deles i to like store enheter og benyttes av en eller to sponsorer.

I tillegg kan det plasseres to sponsormerker, hvert på maks. 15 cm², ett på hver side av hodeplagget. Sponsormerkene skal plasseres over produsentmerkene. Disse 2 sponsor- og 2 produsentmerkene skal begynne minst 5 cm fra sentrum av emblemet for nasjon/krets/klubb etc.

Bokstaver/ logo for emblem skal være minst 1 cm høyt.

Hvis både lue og pannebånd brukes samtidig, så kan bare den ene delen ha reklamemerker.

7.7. På gevær skal det på forskjeftets høyre og venstre side være plass til forbundets kontrollmerke DNB, med en størrelse på hvert merke på maks. 50 cm². Dette merket skal plasseres fra avtrekksbøylen og framover. Det er ikke lov til å plassere ekstraskuddholder eller annet utstyr utenpå dette kontrollmerket.

Krets eller klubb kan i tillegg til produsentens offisielle handelsmerke ha to reklamemerker på sine utøveres våpen, hvert på inntil 50 cm², samt ett merke på inntil 25 cm².

7.7.1 Nasjonalt: Krets eller lag som har landslagsutøver kan ha ett reklamemerke på utøverens våpen på inntil 50 cm² samt ett merke på inntil 25 cm².

Dette kan ikke være i konflikt med NSSFs sentrale avtaler. NSSF kan ha to merker på inntil 50 cm² i tillegg til kontrollmerket på disse løpernes våpen.

7.7.2 Internasjonalt

Krets eller lag som har landslagsutøver kan ha ett reklamemerke på utøverens våpen på inntil 25 cm².

Dette kan ikke være i konflikt med NSSFs sentrale avtaler. NSSF kan ha to merker på inntil 50 cm² på disse løpernes våpen.

7.8. På hver av geværets bæreremmer (både ytter- og innersiden) kan en ha et handelsmerke tilhørende produsenten med maks. størrelse 30 cm² og tilsvarende reklamemerke for sponsor (totalt 120 cm²). Produsentens merke kan erstattes av en annen sponsor. Begge seler må se like ut.

7.9. Geværetui kan ha produsentens handelsmerke i størrelse 50x60 cm.

7.10. Ski-bindere: Det kan maksimalt være 2 skibindere pr. skipar, hvor det kan plasseres ett sponsormerke med maks. størrelse 50 cm² på hver skibinder. Hvis dette merket ikke er produsentens, så skal utøveren ha en skriftlig avtale med denne, og kunne forevise avtalen på forespørsel i enhver konkurranse.

7.11. Stavbindere: Det kan maksimalt være 2 stavbindere pr. stavpar, med totalt 50 cm² handelsmerker, og disse må tilhøre produsenten.

8.

På standplasskikkert kan det være 2 reklamemerker på hver side av kikkerten, med maks. størrelse 50 cm² på hvert merke.

9.

Ved påmelding til renn, startlister og resultatlister kan det i tillegg til løperens navn og klubb påføres hvilket regionlag, skole eller militære avdeling vedkommende representerer. Navn på team kan også brukes (unntatt for løpere på landslagsgrupper) dersom dette er godkjent av NSSF.

Ledere, trenere og annet støttepersonell for utøveren kommer også inn under disse reglene.