

Charte sur la publicité

Adoptée le 14 décembre 1986



Conscient de l'environnement dans lequel évolue la FFCT et des problèmes posés aux clubs par l'usage de la publicité ou des parrainages commerciaux, une large consultation des comités départementaux et des ligues a abouti à une synthèse très complète, et à l'élaboration d'une « charte sur la publicité », soumise à l'approbation en assemblée générale. Elle a été votée à une écrasante majorité : **90 % des suffrages exprimés.**

L'usage de la publicité doit être limité à l'indispensable. En toutes circonstances, nos structures (fédération, ligues, comités départementaux, clubs) doivent maîtriser ce phénomène afin que notre indépendance soit toujours garantie. *L'absence de monopole est une garantie de notre indépendance.*

A) Sont autorisés, au sein de la FFCT :

- 1- Toutes publicités sur les affiches, calendriers, itinéraires, prospectus, plaquettes ou revues de clubs, comités départementaux, ligues et Fédération, et ceci :
 - a) dans la limite d'un tiers de la surface globale du support,
 - b) à l'exclusion de la première page de couverture, toujours réservée à l'instance fédérale organisatrice,
 - c) dans les limites imposées par la loi (ceci est rappelé spécialement pour les tabacs et les alcools).
- 2- l'utilisation de véhicules d'entreprise pour le transport du matériel éventuellement nécessaire aux organisations et sur les points de contrôle, **sans sonorisation commerciale,**
- 3- les stands commerciaux, aux abords des points de départ et de contrôle, ainsi que sur les itinéraires, et concernant seulement les spécialités régionales et les produits directement liés au cyclotourisme.

B) Restent interdites, conformément à la résolution du 3.2.1974 :

- 1- **Toutes publicités sur les maillots et accessoires vestimentaires, afin de conserver l'originalité de notre mouvement.**

Cependant, les clubs corporatifs comportant dans leur intitulé une marque commerciale pourront en faire apparaître le nom sur le maillot, à condition de ne pas dépasser une surface de 150 cm², avec des lettres de 15 mm de hauteur maximale.

Un délai de trois ans est accordé à ces clubs pour permettre la mise en conformité de leurs vêtements. Les clubs corporatifs devront soumettre leurs projets de nouveaux maillots à leur président de comité départemental.

2- de même

aucune organisation d'un club affilié ne pourra être parrainée par une entreprise à but lucratif, sous quelque appellation que ce soit, telle que :

- patronnée par...
- organisée par...
- avec le concours de...
- avec la collaboration de...
- organisation comportant un nom commercial, etc.

Les présidents de clubs, comités départementaux, ligues, ainsi que le président de la FFCT, sont habilités, chacun en ce qui le concerne, à prendre les dispositions de nature à assurer le respect de l'ensemble de cette charte, y compris les sanctions disciplinaires.