

La Ligue professionnelle de l'OFC

Règlement sur les médias et le marketing

Table des matières

I.	Définitions	2
II.	Propriété et protection des droits, protection et utilisation des droits	8
1.	Propriété et protection des droits	8
2.	Marques de Compétition	10
3.	Interdiction du Marketing sauvage et Autres infractions	11
4.	Imaged de la Délégation de l'équipe	12
5.	Contenu du Club : utilisation éditoriale et exploitation des Droits médias par l'OFC	13
6.	Contenu du Club, Délégation de l'équipe et Images des Joueurs : Utilisation à des fins promotionnelles par l'OFC	14
7.	Contenu du Club, Délégation de l'équipe et Images des Joueurs : Utilisation par les Partenaires commerciaux de l'OFC.	15
8.	Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail	16
9.	Utilisation des Marques de la Compétition, des Marques composites et du Contenu promotionnel de la Compétition par les Clubs participants	16
10.	Utilisation des Droits médias et d'autres contenus par les Clubs participants.....	20
11.	Dispositions générales relatives à la billetterie.....	20
12.	Droits de diffusion	22
III.	Compétition	22
13.	Exploitation des Droits médias.....	22
14.	Exploitation des Droits de commercialisation.....	23
15.	Équipement, Autres articles et Boissons dans les Zones contrôlées	24
16.	Règles spécifiques pour les Sites d'entraînement officiels	31

I. Définitions

"Activité médiatique du Club" désigne toute activité médiatique, telle que des conférences de presse ou des interviews, organisée par un Club participant ou pour son compte, et qui ne constitue pas une Activité médiatique officielle de l'OFC.

"Activité médiatique officielle de l'OFC" désigne toute activité médiatique, telle qu'une conférence de presse ou une interview, organisée dans un stade de la Compétition ou sur un Site d'entraînement officiel, quel que soit l'organisateur de ladite conférence de presse ou interview, ainsi que toute conférence de presse ou interview organisée et/ou contrôlée par l'OFC, quel que soit le lieu où cette activité médiatique se déroule.

"Activités promotionnelles du Partenaire commercial" désigne tout matériel ou toute activité de promotion ou d'affichage qui est utilisé ou réalisé par un Partenaire commercial dans le cadre des droits de sponsoring et/ou de tout autre droit ou opportunité accordé audit Partenaire commercial par l'OFC en lien avec la Compétition (notamment, pour éviter toute ambiguïté, en ce qui concerne l'utilisation des Droits de propriété intellectuelle, les activations numériques, les billets de matchs de la Compétition, les packages d'hospitalité ou la distribution de primes).

"Club participant" désigne collectivement les Clubs du Territoire des AM de l'OFC et le Club australien admis à participer à la Compétition par le Comité exécutif de l'OFC.

"Compétition" désigne la Ligue professionnelle masculine de l'OFC qui comprend, sans limitation, l'ensemble des matchs à chaque étape de la Compétition tels que définis dans le Calendrier des matchs, l'ensemble des activités sur le terrain (autres que les matchs), les cérémonies d'ouverture, les activités officielles, les réunions et les événements tels que la Réunion de coordination des matchs, les conférences de presse et les autres activités médiatiques et de marketing organisées par l'OFC, autrement connue sous l'appellation "Pro League de l'OFC" ou "OFCPL".

"Contenu du Club" désigne, pour chaque Club participant : (i) les Marques du Club et les représentations visuelles des kits de jeu et de l'Équipement de ce Club participant ; et (ii) l'ensemble des ressources, fichiers, images et autres contenus mis en ligne par le Club participant via un service de stockage en cloud, un service de transfert de fichiers ou fournis d'une autre manière à l'OFC dans le cadre de la Compétition.

"Contenu promotionnel de la Compétition" désigne l'ensemble des ressources, fichiers, images et autres contenus mis en ligne par l'OFC sur son site web ou ses comptes de réseaux sociaux ou partagés avec les clubs.

"Délégation de l'équipe" désigne, collectivement, l'ensemble des membres de la délégation de l'équipe d'un Club participant.

"Directives de la Ligue professionnelle de l'OFC" désigne l'ensemble des directives émises (ou qui seront émises) par l'OFC en lien avec la Compétition, y compris les directives relatives aux Partenaires

commerciaux, aux Partenaires médias et aux Clubs participants, et notamment les Directives relatives aux Droits médias de la Ligue professionnelle de l'OFC.

"Droits de diffusion" désigne le droit de diffuser, faire diffuser, enregistrer, filmer, photographier, traiter ou transmettre la Compétition sous quelque forme que ce soit, par radio, télévision, Internet et/ou toute autre mode de transmission de textes, d'images fixes, de signaux audio et/ou vidéo existant actuellement ou développée ultérieurement, transmis sans fil (par exemple, des liaisons micro-ondes, satellite, appareils mobiles), par ligne fixe (par exemple câble, circuits fermés, communication en ligne comme la diffusion web), ou autrement, en direct ou en différé, en couleur ou en noir et blanc.

"Droits de la Compétition" désigne les Droits médias, les droits marketing, y compris les droits commerciaux, les Droits de propriété intellectuelle (tels que les Marques de la Compétition) ainsi que toute autre opportunité ou événement connexe, existant à ce jour ou à venir, à l'exclusion de tout Contenu du Club.

"Droits de Projection publique" désigne les droits de montrer ou de diffuser tout élément audio, visuel, audiovisuel, toute donnée (y compris les données des Joueurs) ou tout texte lié à la Compétition ou à ses cérémonies dans des lieux publics (tels que les cinémas, les bars, les restaurants, les stades, les bureaux, les plateformes de transport, les écoles, les hôpitaux, etc. mais pas les domiciles privés, les avions ou les bateaux). Il comprend le droit d'organiser des événements où le public peut voir ou écouter ces diffusions et d'utiliser toutes les possibilités commerciales connexes, telles que la vente de billets, le sponsoring, le merchandising ou la publicité.

"Droits de propriété intellectuelle" : désigne tous les Droits de propriété intellectuelle et autres droits de propriété de quelque nature que ce soit, quelle qu'en soit l'origine et quel que soit le support, qu'ils soient ou non enregistrés ou susceptibles d'être enregistrés, y compris les marques commerciales, les marques de service, les noms commerciaux, les habillages commerciaux, les dessins et modèles déposés, les droits d'auteur, les droits moraux, les noms de domaine et toutes les demandes de protection ou d'enregistrement de ces droits, ainsi que tous les renouvellements et prorogations de ces droits, et renommée dans le monde entier.

"Droits d'exploitation à bord" désigne les droits de montrer ou de diffuser tout contenu audio, visuel, audiovisuel, toute donnée (y compris les données des Joueurs) ou tout texte lié à la Compétition ou à ses cérémonies, en direct ou enregistré, à bord de navires se trouvant dans les eaux internationales (hors de la juridiction de tout État en vertu du droit maritime). Il comprend également le droit de faire usage d'opportunités commerciales afférentes, telles que le sponsoring ou la publicité lors de ces diffusions.

"Droits marketings" désigne, dans tous les médias et sur tout support, l'ensemble des droits publicitaires, droits promotionnels, droits d'approbation, droits d'association, droits relatifs aux primes et articles de distribution gratuite, droits marketing, droits de merchandising et de licence, droits de concession, droits de sponsoring, droits d'hospitalité, droits relatifs aux voyages et au tourisme, droits de billetterie, droits d'hébergement, droits d'édition, droits de paris et de jeux, droits de vente au

détail, droits musicaux ainsi que tout autre droit et/ou opportunité commerciale associé à la Compétition, dans la mesure où ces droits ne sont pas des Droits médias.

"Droits médias" désigne les droits d'enregistrement, de reportage, de diffusion ou de distribution de toute image (fixe ou animée), de tout contenu audio, vidéo, texte ou données (y compris les données des Joueurs) de la Compétition, en direct ou en différé, sur tout média ou par toute technologie, existants ou à venir. Ces droits incluent notamment la télévision, la radio, la diffusion en ligne et tout autre format numérique ou physique. Les Droits médias couvrent également la création et l'utilisation de films ou de programmes officiels et comprennent les Droits sur supports fixes, les droits de projection publique, les droits de diffusion en vol, les Droits d'exploitation à bord des navires et les droits d'accès aux informations.

"Droits sur supports fixes" désigne les droits d'enregistrer, de stocker, d'exposer, de distribuer et/ou de mettre à disposition tout contenu audio, visuel, audiovisuel, toute donnée (y compris les données des Joueurs) et/ou tout texte liés à la Compétition ou à ses cérémonies sur tout support fixe, y compris le stockage numérique, les services en cloud et les plateformes de téléchargement à l'achat ou à la location. Cela inclut tous les flux officiels, flux supplémentaires, couvertures unilatérales, archives, flux audio et commentaires.

"Emblème officiel" désigne l'Emblème officiel de la Compétition tel qu'il a été conçu par l'OFC.

"Équipement" désigne l'Équipement de match, l'Équipement hors match et les Autres types d'équipements.

"Équipement de match" désigne collectivement tous les composants ou articles (maillot, short et chaussettes) portés par les Joueurs, les remplaçants et le personnel d'encadrement des Équipes participantes lors d'un match de la Compétition.

"Équipement hors match" désigne l'ensemble des articles d'entraînement et des vêtements portés par les Joueurs, les entraîneurs et les remplaçants ainsi que le personnel d'encadrement du Club participant en dehors d'un Match de la Compétition.

"Équipe participante" désigne toute équipe qui représente un Club participant pendant la Compétition.

"Équipes de tournage de l'OFC" désigne les équipes de tournage choisies et gérées par l'OFC afin de capturer des images fixes ou animées dans les Zones contrôlées ainsi que tout autre lieu décidé par l'OFC, couvrant l'intégralité du séjour de chaque délégation d'équipe dans le Territoire de la Compétition.

"Hôtel de l'équipe" désigne tout hôtel officiel (y compris les espaces extérieurs de l'hôtel), tel que le Camp de base de l'équipe, les hôtels de l'équipe spécifiques aux sites de Compétition ou tout autre hôtel de l'OFC dans lequel une équipe participante est hébergée durant la Période de Compétition.

"Image de la Délégation de l'équipe" a le sens qui lui est donné à l'article 4.1 du présent Règlement Média et Marketing.

"Image des Joueurs" désigne les enregistrements, noms, ressemblances, attributs et images ou autres caractéristiques (y compris toute représentation fixe ou animée de ceux-ci) de tout Joueur, entraîneur ou manager d'un Club Participant.

"Invités du Club" : désigne l'ensemble des représentants, membres du personnel, membres de la famille, sociétés, Partenaires du Club ou tiers liés de manière contractuelle au Club participant, invités privés ainsi que toute autre personne physique ou morale à laquelle un Club participant attribue des billets pour la Compétition.

"Jour de match", désigne, en ce qui concerne une équipe participante, toute journée calendaire de la Période de Compétition au cours de laquelle ladite équipe participante doit disputer un Match de la Compétition.

"Logo composite" désigne un logo composé de l'Emblème officiel de la Compétition et de l'emblème d'un Club participant.

"Marketing sauvage" désigne toute tentative par une entité d'établir une association commerciale non autorisée avec la Compétition elle-même, ou d'exploiter la notoriété et la publicité générées par la Compétition ou l'OFC d'une manière non expressément autorisée par l'OFC.

"Marques de la Compétition" désigne les marques suivantes (dans n'importe quelle langue) :

1. les marques verbales "Ligue professionnelle de l'OFC 2026" et "Ligue professionnelle de l'OFC"
2. les marques verbales "Pro League de l'OFC",
3. l'Emblème officiel de la Compétition
4. la Mascotte Officielle de la Compétition et le nom de la Mascotte Officielle (le cas échéant);
5. le Slogan officiel de la Compétition dans toutes les versions linguistiques dans lesquelles il est disponible (le cas échéant) ;
6. l'Aspect officiel de la Compétition et ses différents éléments ;
7. la Chanson officielle de la Compétition (le cas échéant) ;
8. le Trophée original (dont une image figure dans l'annexe ci-jointe à seul titre d'information) et ses représentations qu'elles soient graphiques ou autres ; et
9. le Nom de la Compétition (tel que défini ci-dessous).

"Marques du Club" désigne tout nom, symbole, emblème, logo, signe, désignation ou slogan détenu et/ou contrôlé par le Club participant, y compris toute traduction étrangère et toute déclinaisons de ceux-ci, qu'ils soient enregistrés ou non.

"Match de la Compétition" désigne l'un des soixante-douze (72) matchs de football organisés dans le cadre de la Compétition.

"Membre de la Délégation de l'équipe" désigne tout Joueur, entraîneur, dirigeant, officiel, responsable média, représentant ou invité d'un Club participant.

"Nom de la Compétition" désigne le nom officiel de la Compétition, à savoir la marque verbale "Ligue professionnelle de l'OFC" (y compris ses équivalents dans toutes les langues et polices de caractères et incluant le symbole "™" à chaque fois).

"Officiels de l'OFC" désigne collectivement : (i) le personnel de l'OFC et tout autre officiel de l'OFC ou Mandataire accrédité désigné par l'OFC ; (ii) l'ensemble des officiels de match désignés, y compris les arbitres, les arbitres assistants, les quatrièmes arbitres, les cinquièmes arbitres ainsi que tous les arbitres assistants supplémentaires et arbitres assistants vidéo ; et (iii) toute autre personne faisant partie de la délégation de l'OFC.

"Partenaire commercial" désigne toute entité à laquelle l'OFC ou tout représentant de l'OFC, accorde des droits de sponsoring, des droits relatifs aux données et aux paris, ainsi que des Droits médias ou de radiodiffusion en lien notamment avec la Compétition. Pour éviter toute ambiguïté, le terme "Partenaire commercial" exclut les Partenaires Média et toute entité à laquelle l'OFC accorde des droits dans le cadre de l'exploitation ou la gestion de la billetterie et/ou du programme d'hospitalité de la Compétition ou tout autre prestataire de services de l'OFC auquel ne sont pas accordés des droits de sponsoring en lien avec la Compétition.

"Partenaire du Club" désigne tout Partenaire commercial, détenteur de droits, gouvernement ou donateur de tout Club participant, y compris toute société affiliée, tout licencié, agent, sponsor, partenaire marketing, partenaire média ou autre Partenaire commercial, qu'il soit nommé directement ou indirectement par le Club participant concerné ou par son représentant.

"Partenaire média" désigne toute entité à laquelle l'OFC accorde une licence pour les Droits médias (ou une partie de ceux-ci) dans le cadre de la Compétition en vue d'exercer ces droits dans certains territoires (ou une partie de ceux-ci) pendant une Période de droits déterminée.

"Période de Compétition" désigne la période commençant trois (3) jours avant le démarrage de la Compétition et se terminant un jour après le dernier Match de la Compétition.

"Période de droits" désigne, concernant un Partenaire commercial, la date à partir de laquelle l'OFC accorde des droits de sponsoring, publicitaires, promotionnels et/ou de marketing et/ou tout autre droit ou opportunité audit Partenaire commercial dans le cadre de la Compétition.

"Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail" désigne le Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail que l'OFC est habilitée à exploiter dans le cadre de la Compétition, sous réserve des directives spécifiques et/ou des termes et conditions générales énoncées dans tout accord de licence distinct conclu entre l'OFC et le(s) Club(s) participant(s).

"Règlement de la Compétition" désigne le "Règlement de la Ligue professionnelle de l'OFC" tel que publié par l'OFC, lequel constitue le règlement contraignant de la Compétition régissant les droits, les devoirs et les responsabilités de tous les clubs participant à la Compétition.

"Règlement Média et Marketing" désigne le présent Règlement Média et Marketing applicables à la Ligue professionnelle de l'OFC.

"Séance d'entraînement officielle" désigne, pour chaque Match de la Compétition, la séance d'entraînement officielle menée par un Club participant immédiatement avant le jour du match sur un Site d'entraînement officiel, sauf décision contraire de l'OFC. L'OFC se réserve le droit de déterminer la date et le lieu des séances d'entraînement officielles précédant le dernier Match de la Compétition (c'est-à-dire la "finale").

"Site d'entraînement officiel" désigne tout terrain d'entraînement ou toute installation : (i) mis à la disposition des Clubs participants par l'OFC et/ou (ii) obtenu par un Club participant pour que les Équipes participantes s'entraînent (y compris toutes les installations situées sur le terrain d'entraînement ou adjacentes à celui-ci).

"Solution numérique", désigne toute plateforme ou technologie permettant la diffusion ou l'interaction avec un contenu numérique, qu'il soit public ou privé, à un usage personnel ou commercial. Ceci inclut internet, les ordinateurs, les appareils mobiles, les applications, les sites web, les réseaux sociaux (par exemple, Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube) ainsi que tout autre outil numérique similaire, existant ou à venir.

"Stade de la Compétition" désigne tout stade dans lequel des matchs de la Compétition doivent se dérouler, y compris toutes les zones situées à l'intérieur du périmètre de sécurité externe du stade.

"Territoire de la Compétition" désigne le territoire dans lequel se déroule un tour de la série de circuits.

"Trophée du vainqueur" désigne la réplique du Trophée original remise par l'OFC au vainqueur de la Compétition.

"Trophée original" désigne le Trophée d'origine de la Ligue professionnelle de l'OFC, dont une image figure en annexe à titre purement informatif, lequel restera en permanence en possession et sous le contrôle de l'OFC et ne sera pas remis à l'Équipe participante qui remporte la Compétition (sauf pour les besoins de la cérémonie de remise du Trophée).

"Zone sous contrôle" désigne l'une des zones suivantes :

- (i) tout Stade de la Compétition

- (ii) tout Site d'entraînement officiel
- (iii) tous les Hôtels des équipes et les hôtels de l'OFC ;
- (iv) tout lieu où se déroule une Activité médiatique officielle de l'OFC ;
- (v) tout lieu où se déroulent des événements officiels annexes ;
- (vi) le "Centre de diffusion" (selon sa taille, telle que confirmée par l'OFC avant la Compétition);
- (vii) tout centre d'accréditation ; et
- (viii) toute zone nécessitant une accréditation officielle de la Compétition pour y accéder (y compris, mais sans s'y limiter, les vestiaires des équipes, les tribunes, les zones mixtes, les salles d'interviews, les centres médias et télévisions et les salles VIP) ainsi que le lieu de toute réception officielle de l'OFC liée à la Compétition, des conférences de presse et des événements médiatiques.

II. Propriété et protection des droits, protection et utilisation des droits

1. Propriété et protection des droits

1.1. Propriété des droits de la Compétition : Conformément au Règlement de la Compétition, chaque Club participant reconnaît que, sous réserve des termes et conditions énoncés dans le présent Règlement Médias et Marketing, l'ensemble des droits de la Compétition, à l'exclusion de tout Contenu du Club, est détenu et contrôlé de manière exclusive et perpétuelle, à l'échelle mondiale, par l'OFC, en ce qui concerne la Compétition.

Sauf disposition contraire expresse dans le présent Règlement Médias et Marketing, aucun Club participant n'est autorisé à exploiter directement ou indirectement ni à utiliser de quelque manière que ce soit, les droits de la Compétition.

Il est interdit à chaque Club participant de contester par quelques moyens que ce soient la propriété de l'OFC sur tous droits de la Compétition.

L'OFC fournira aux clubs participants une liste des catégories de partenaires commerciaux de l'OFC protégés et consultera les clubs afin de minimiser tout conflit. Toutes les autres catégories restent disponibles pour les clubs.

1.2. Droits d'accès : Tout matériel visuel, audio ou audiovisuel produit par (ou pour le compte de) l'OFC conformément au présent Règlement Médias et Marketing, ainsi que tout Droit de propriété intellectuelle afférent, est la propriété de l'OFC et pourra être exploité par l'OFC en tant que partie intégrante des droits de la Compétition.

1.3. Propriété du Contenu du Club : L'ensemble des Droits de propriété intellectuelle dévolus au Contenu du Club reste (entre l'OFC et le Club participant) la propriété du Club participant. Pour plus de clarté, rien dans cette définition n'empêche un Club participant de publier ou de diffuser du contenu généré par le Club via ses propres canaux officiels dans le but de promouvoir la Compétition ou ses propres activités.

1.4. Coopération des Clubs participants : Chaque Club participant doit s'assurer que son équipe, les membres de son personnel, ses Partenaires de Club et toute tierce partie qu'il engage, respectent le présent Règlement Médias et Marketing pendant la Compétition. Les clubs doivent informer sans délai ces parties dudit Règlement. Les Partenaires de Club ne peuvent utiliser ni promouvoir les droits de la Compétition, les marques de l'OFC ou les Marques de la Compétition (ou toute marque similaire) sans y être autorisés par le présent Règlement.

Les Clubs participants sont tenus d'informer immédiatement l'OFC de toute violation présumée ou avérée des Droits de propriété intellectuelle de la Compétition ou de tout cas de Marketing sauvage impliquant leur équipe, les Partenaires de Club ou toute tierce partie sous contrat. Les clubs doivent coopérer pleinement avec l'OFC pour prévenir, traiter et remédier à de telles violations. Il est strictement interdit aux clubs d'associer ou de laisser entendre une quelconque association entre leurs Partenaires de Club et l'OFC ou les Marques de la Compétition dans tout média, communication ou activité promotionnelle, sauf autorisation écrite expresse de l'OFC. Les clubs sont responsables de toute perte, réclamation ou coût (y compris les frais de justice) résultant de leur propre manquement, ou de celui de leur Équipe, de leurs Partenaires de Club ou de leurs Prestataires, au respect du présent Règlement et doivent dégager de toute responsabilité l'OFC ainsi que les parties concernées.

1.5. Absence de droit d'association : Aucune tierce partie ne peut, en dehors de ce qui est autorisé par le présent Règlement Médias et Marketing et/ou autorisé séparément par l'OFC, faire quoi que ce soit qui donne lieu à une association entre cette tierce partie et la Compétition et/ou l'OFC, ou qui exploite directement ou indirectement la renommée associée à la Compétition et/ou à l'OFC.

Les Clubs participants informeront immédiatement l'OFC, par écrit, de toute infraction au présent Règlement Médias et Marketing dont ils auraient connaissance.

1.6. Transfert de droits : Si, en vertu de la législation locale ou nationale, un Club participant possède ou contrôle des droits sur la Compétition du fait de sa participation à la Compétition, le club cède et transfère inconditionnellement l'ensemble de ces droits à l'OFC, à titre gratuit et permanent, pour l'usage illimité de l'OFC. Le club renonce à toute revendication visant à utiliser, exploiter ou concéder ces droits à des tiers.

À la demande de l'OFC, le club doit, à ses propres frais, remplir rapidement tous les documents et entreprendre toutes les démarches requises par la loi afin de donner plein effet à ce transfert et de permettre à l'OFC d'exploiter pleinement et sans restriction les Droits de la Compétition.

2. Marques de Compétition

2.1. Propriété des marques de Compétition : L'OFC est et demeure l'unique propriétaire de l'ensemble des Marques de la Compétition et conserve le droit exclusif de développer des marques, des logos et des symboles pour et/ou en lien avec la Compétition (y compris pour chacune des phases de la Compétition).

2.2. Aucun développement de marques concurrentes : Afin de maintenir une cohérence visuelle et stylistique de la Ligue professionnelle de l'OFC et de prévenir toute opération de Marketing sauvage liée à la Compétition, chaque Club participant doit s'assurer que lui-même, ses Partenaires de Club et tout tiers sous contrat ne développent, n'utilisent, n'enregistrent, n'adoptent ni ne créent aucune marque, logo ou symbole se rapportant à la Compétition ou à l'une de ses phases, ou qui, de l'avis raisonnable de l'OFC, serait de nature à prêter à confusion, à imiter, à dériver des Marques de la Compétition ou à entrer en concurrence déloyale avec celles-ci.

Les Clubs participants doivent également s'assurer qu'eux-mêmes, leurs Partenaires de Club ou tiers sous contrat ne créent ni n'utilisent aucun nom, logo, marque déposée ou non, nom de marque, symbole ou autre désignation (enregistrée ou non) susceptible d'être perçu par le public comme étant lié à l'OFC ou à une phase quelconque de la Compétition. Cela inclut l'utilisation des termes "Ligue professionnelle de l'OFC", "Pro League de l'OFC", "Ligue professionnelle de l'Océanie", "OFC", "Confédération Océanienne de Football", ainsi que toute terminologie similaire, traduction, dérivation, référence à des dates, pays hôtes, sites ou villes hôtes, dans quelque langue que ce soit, pouvant être interprétée comme identifiant la Compétition.

2.3. Aucune contestation des Marques de la Compétition : Les Clubs participants ne doivent pas s'opposer et doivent s'assurer que leurs Partenaires de Club ou tiers sous contrat ne s'opposent pas, à toute demande de marques ou de droits d'auteur déposée par l'OFC, ses Partenaires commerciaux, affiliés, représentants ou licenciés par rapport aux Marques de la Compétition.

Aucun Club participant ne peut contester ni solliciter l'enregistrement d'un droit d'auteur, d'une marque, d'un brevet ou d'un nom de domaine concernant les Marques de la Compétition, d'une manière susceptible de porter atteinte à la propriété ou aux intérêts de l'OFC.

Si un partenaire du club ou un tiers sous contrat ou associé s'oppose à une demande de marque ou de droit d'auteur déposée par l'OFC ou par ses parties autorisées, le club concerné doit prendre, sans délai, toutes les mesures requises par l'OFC afin de mettre un terme immédiat à une telle activité.

3. Interdiction du Marketing sauvage et Autres infractions

3.1. Engagement à lutter contre les infractions: La valeur commerciale de la Ligue Professionnelle de l'OFC - et de ses droits commerciaux - peut être sérieusement affectée si un Partenaire du Club ou un tiers sous contrat ou associée s'adonne à des pratiques de Marketing sauvage. De telles activités peuvent également réduire la capacité de l'OFC à financer la Compétition. Chaque Club participant doit s'assurer que ses Partenaires de Club et les tiers sous contrat : (i) ne s'associent pas directement ou indirectement à l'OFC, à la Compétition ou à toute autre Compétition ou manifestation organisée par l'OFC sans autorisation ; (ii) n'exploitent pas la réputation de la Compétition, de l'OFC ou de toute autre Compétition ou événement organisé par l'OFC ; et (iii) se conforment au présent Règlement Médias et Marketing en ce qui concerne l'utilisation des Marques de la Compétition.

3.2. Notification aux Clubs participants : conformément à la pratique en vigueur, l'OFC notifiera à un Club participant si l'un de ses Partenaires de Club, ou tout tiers sous contrat ou associé audit Club participant, mène une activité qui, de l'avis raisonnable de l'OFC, constitue une violation du présent Règlement Médias et Marketing, y compris, mais sans s'y limiter, les violations suivantes :

- (i) une violation des Droits de propriété intellectuelle de l'OFC (y compris les Marques de la Compétition) ;
- (ii) un concours, une loterie ou toute autre activité publicitaire ou promotionnelle non autorisée impliquant, prétendant impliquer ou pouvant raisonnablement être considérée comme impliquant l'utilisation de billets de Compétition ou l'accès à des Sites officiels d'entraînement ;
- (iii) une violation des restrictions imposées aux activités des Partenaires du Club ou de toute tierce partie sous contrat ou associée au Club participant, telles que décrites dans le présent Règlement Médias et Marketing ; ou
- (iv) toute autre activité de Marketing sauvage.

3.3. Champ d'application : Les dispositions des articles 3.1 et 3.2 ci-dessus s'appliquent même si les activités en cause ne sont pas directement liées à l'association du Partenaire du club concerné

ou du tiers sous contrat ou associé avec le Club participant. Pour éviter toute ambiguïté, toute activité d'un Partenaire du club expressément autorisée par le présent Règlement Médias et Marketing et menée conformément à leurs exigences (y compris l'exigence que ladite activité ne crée aucune association avec la Compétition et n'utilise pas les Marques de la Compétition) ne sera pas considérée comme une violation de l'article 3.1.

- 3.4. Cessation des activités de Marketing sauvage : Si l'OFC informe par écrit un Club participant d'une activité de Marketing sauvage ou d'une autre violation commise par un Partenaire du club ou un tiers sous contrat ou associé, le club doit immédiatement faire cesser une telle activité et prendre toutes les mesures exigées par l'OFC pour s'assurer que la partie concernée y mette un terme. Le club doit également veiller à ce que le Partenaire du club ou le tiers sous contrat ou associé fournisse à l'OFC un engagement écrit à cesser immédiatement et à s'abstenir à l'avenir de toute opération de Marketing sauvage ou de toute autre violation du présent Règlement Médias et Marketing. Cette exigence s'applique que le Marketing sauvage soit mené directement par le Partenaire du club ou le tiers sous contrat ou associé, ou par l'une de leurs sociétés affiliées ou de leur groupe.
- 3.5. Notification par les Clubs participants : Chaque Club participant s'efforcera, au mieux de ses capacités, de surveiller le marché publicitaire dans son pays d'origine afin de détecter toute activité de Marketing sauvage menée sur ce marché et d'en informer l'OFC dans les plus brefs délais.

4. Image de la Délégation de l'équipe

- 4.1. Droits et participation : Pour mettre en œuvre le présent Règlement relatif aux médias et au marketing, chaque Club participant doit : (i) S'assurer que tous les membres de la délégation de l'équipe participent à une séance photo et/ou vidéo organisée par l'OFC (les images et les séquences seront utilisées ou feront l'objet d'une sous-licence par l'OFC, comme indiqué ci-dessous) ; et (ii) accorder à l'OFC le droit mondial, perpétuel et libre de redevances - et obtenir de chaque membre de la délégation de l'équipe une confirmation écrite accordant ce droit - d'utiliser et de concéder en sous-licence l'utilisation de leurs noms, ressemblances, attributs, photographies, images et toute représentation fixe ou mobile en rapport avec leur participation à la Compétition (y compris, mais sans s'y limiter, les photographies d'accréditation) (collectivement, les "Images de la délégation de l'équipe").

Les Images de la Délégation de l'équipe comprennent toutes les Images des Joueurs, entraîneurs, dirigeants, officiels, responsables des médias, représentants et invités d'un Club participant.

Le droit de l'OFC d'utiliser et/ou de concéder une sous-licence sur les Images de la Délégation de l'équipe est :

- (i) Exclusif pour tout tournage, enregistrement ou diffusion des matchs de la Compétition ; et
- (ii) Non exclusif pour toutes les autres utilisations, y compris, mais sans s'y limiter : la promotion de la Compétition, l'utilisation éditoriale dans tous les médias (presse écrite, numérique, télévision, haut débit, mobile, écrans géants, images téléchargeables), les jeux électroniques, les produits et services liés aux médias, les produits de merchandising, les produits philatéliques et numismatiques, et la promotion des produits et services liés aux médias. La licence accordée en vertu de la présente clause comprend l'utilisation des Images de la Délégation de l'équipe à des fins éditoriales et pour l'exploitation des Droits médias, à chaque fois en relation avec la participation du Club participant concerné dans la Compétition.

Chaque Club participant doit également obtenir toutes les autorisations nécessaires pour que l'OFC puisse utiliser les informations sur les Joueurs (y compris les statistiques telles que la taille, l'âge et d'autres données demandées) et l'historique de l'équipe dans le cadre de sa participation à la Compétition. Toute apparition ou utilisation d'images des Joueurs sera soumise aux obligations existantes en matière d'emploi ou de conventions collectives du Club participant.

4.2. Conditions d'utilisation : L'OFC s'engage à :

- (i) ne pas utiliser les Images de la Délégation de l'équipe d'une manière à laisser entendre qu'un Club participant et/ou un membre de la délégation de l'équipe approuve les produits ou les marques d'une entité commerciale, y compris d'un Partenaire commercial (sous réserve que l'OFC ait le droit d'autoriser ses Partenaires commerciaux à utiliser les Images des Joueurs conformément à l'article 7 ci-dessous) ;
- (ii) se conformer aux exigences de l'article 6 lorsque les Images des Joueurs ou de la délégation de l'équipe sont utilisées par l'OFC pour la promotion de la Compétition conformément à l'article 6 ci-dessous.

5. Contenu du Club : utilisation éditoriale et exploitation des Droits médias par l'OFC

- 5.1. Licence accordée à l'OFC : Afin de faciliter la mise en œuvre du présent Règlement Médias et Marketing, chaque Club participant accorde par la présente à l'OFC le droit mondial d'utiliser et/ou le droit d'accorder des sous-licences pour le droit d'utiliser, et s'engage à obtenir le droit d'utiliser si nécessaire, de manière perpétuelle et gratuite, tout Contenu du Club et toute autre propriété intellectuelle détenue ou contrôlée par le club à des fins d'utilisation éditoriale et d'exploitation des Droits médias, à chaque fois en relation avec la participation du Club participant à la Compétition.

Le droit de l'OFC d'utiliser et/ou de concéder des sous-licences sur le Contenu du Club et sur toute autre propriété intellectuelle détenue ou contrôlée par le club est exclusif en ce qui concerne ou pour ce qui est en rapport avec le tournage, l'enregistrement et la diffusion de tout Match de la Compétition sur tout média,

Le droit de l'OFC d'utiliser et/ou de concéder une sous-licence sur le Contenu du Club et sur toute autre propriété intellectuelle détenue ou contrôlée par le club est non exclusif pour toutes les autres utilisations, qu'il s'agisse de publications électroniques ou imprimées, de produits et services liés aux médias, de produits de merchandising, de produits philatéliques et numismatiques ou de toute autre utilisation.

5.2. Exigences générales : Lorsque l'OFC utilise le Contenu du Club conformément à l'article 5.1, il ne doit apporter aucune variation ou modification aux versions officielles du Contenu du Club (telles que déterminées par chaque Club participant et mises à jour de temps à autre) et ne doit pas utiliser le Contenu du Club de manière à :

- (i) laisser entendre qu'un Club participant approuve ou est directement associé à un produit ou à une marque d'une entité commerciale (sous réserve que l'OFC ait le droit d'autoriser ses Partenaires commerciaux à utiliser le Contenu du Club conformément à l'article 7 ci-dessous) ;
- (ii) être trompeur ou induire en erreur ;
- (iii) porter atteinte compromettre ou à nuire au nom, à la réputation, l'image, l'impartialité politique ou religieuse du Club participant ;
- (iv) compromettre l'apparence physique, sexualiser et/ou réduire à l'état d'objet, discriminer ou renforcer des stéréotypes ou des comportements négatifs ; ou
- (v) mettre en danger ou limiter les droits de propriété du Club participant sur le Contenu du Club.

6. Contenu du Club, Délégation de l'équipe et Images des Joueurs : Utilisation à des fins promotionnelles par l'OFC

6.1. Licence accordée à l'OFC : chaque Club participant accorde à l'OFC une licence gratuite, mondiale et perpétuelle (avec le droit d'accorder des sous-licences) pour utiliser tout contenu de club nécessaire à la promotion de la Compétition et de la participation du club. Cela inclut l'utilisation dans tous les médias, communications et activités promotionnelles de l'OFC.

6.2. Droits d'utilisation à des fins promotionnelles : Lorsque l'OFC ou ses sous-licenciés utilisent le Contenu du Club conformément à l'article 6.1 ou les Images de la délégation de l'équipe et les Images des Joueurs conformément à l'article 4.1, dans n'importe quel média à des fins de promotion de la Compétition, l'OFC doit :

- (i) se conformer aux exigences générales d'utilisation du Contenu du Club énoncées à l'article 5.2 ci-dessus ;

- (ii) se conformer à toutes les exigences applicables à l'utilisation du contenu des clubs ou des Images des Joueurs.
- (iii) ne pas utiliser le Contenu du Club de manière isolée et doit toujours inclure au moins un (1) autres Clubs participants.
- (iv) veiller à ce qu'aucune Marque de Club, lorsqu'elle est utilisée avec des marques d'autres Clubs participants, ne soit indûment mise en avant par rapport aux autres Marques de club sur un seul élément de matériel promotionnel.
- (v) veiller à ce qu'aucun Club participant ne soit mis en avant de manière induue par rapport à un autre Club participant, conformément aux exigences et périodes prévues dans le Règlement de la Compétition de la Ligue professionnelle de l'OFC ; et
- (vi) ne pas utiliser les Images des Joueurs de manière isolée représentant un seul Joueur et toujours utiliser les Images des Joueurs mettant en avant au moins deux (2) Joueurs.

6.3. L'OFC et ses sous-licenciés peuvent utiliser le Contenu du Club, les Images de la Délégation de l'équipe et les Images des Joueurs dans le monde entier et à perpétuité à des fins éditoriales, promotionnelles, d'octroi de licences, de vente au détail, commerciales ou d'archivage en lien avec la Compétition.

Cela comprend, sans s'y limiter, les droits suivants :

- (i) Droits éditoriaux et médiatiques - Toute utilisation liée à la couverture éditoriale ou à l'exploitation des Droits médias.
- (ii) Octroi de Licences et Vente au Détail - Toute utilisation liée au Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail autorisé par le Présent règlement.
- (iii) Promotion de la Compétition - Toute utilisation pour la promotion de la Compétition, de ses matchs (y compris la finale), de ses Joueurs ou de ses Clubs participants, y compris les temps forts, les récompenses (par exemple, "Joueur du match", "But du match"), les portraits et les récits sur les plateformes de l'OFC et celles de ses partenaires.
- (iv) Représentation équilibrée - L'OFC fera des efforts raisonnables pour assurer une représentation équilibrée et juste des Clubs participants et des Joueurs dans l'ensemble de ses activités promotionnelles, sans restreindre la discrétion éditoriale ou promotionnelle de l'OFC.
- (v) Utilisations supplémentaires - Toute autre utilisation convenue ponctuellement entre l'OFC et le Club participant concerné.

7. Contenu du Club, Délégation de l'équipe et Images des Joueurs : Utilisation par les Partenaires commerciaux de l'OFC.

7.1. Licence accordée à l'OFC : chaque Club participant accorde à l'OFC le droit d'autoriser les Partenaires commerciaux à utiliser le Contenu du Club (y compris les Marques du Club) et les Images des Joueurs pour des activités promotionnelles approuvées à l'échelle mondiale, pendant la Période de droits, gratuitement et sous réserve des dispositions de l'article 7.2.

7.2. Règles d'utilisation par les Partenaires commerciaux : Lorsque les Partenaires commerciaux utilisent le Contenu du Club ou les Images des Joueurs :

- (i) Marques du Club - Ne doivent pas apparaître seules ; elles doivent être montrées avec les Marques de Club d'au moins un (1) autre Club participant. Pour être clair, deux (2) Marques de Club au total doivent être représentées.
- (ii) Proéminence égale - Aucune Marque de Club ne doit bénéficier d'une mise en avant supérieure à celle des autres sur le même support.
- (iii) Images de Joueurs - Il est interdit de montrer un Joueur seul ; il faut présenter au moins deux (2) Joueurs de deux (2) Clubs participants différents.
- (iv) Directives - Doivent respecter toutes les directives pertinentes relatives aux Compétitions de l'OFC.
- (v) L'OFC consultera les Clubs participants au sujet de tout conflit de catégorie connu avant d'autoriser un Partenaire commercial de l'OFC à utiliser le Contenu du Club et s'assurera que cette utilisation inclut le Logo de la Compétition.

8. Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail

8.1. Utilisation des marques des clubs : Pour les produits de merchandising liés à la Compétition, chaque Club participant autorise l'OFC à utiliser et/ou à concéder des sous-licences pour ses Marques de Club conjointement avec les Marques de Club des autres Clubs participants, les marques de l'OFC et/ou les Marques de la Compétition. Tout produit de merchandising doit être dépourvu de marque, sauf obligation légale contraire.

8.2. Accord relatif au Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail : L'OFC et chaque Club participant signeront un accord distinct précisant les modalités du Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail. Les Clubs collaboreront de bonne foi avec l'OFC pour mettre en œuvre ledit programme. Le modèle commercial détaillé (y compris la part des royalties) sera défini dans l'Accord relatif au Programme d'Octroi de Licences et de Vente au Détail.

9. Utilisation des Marques de la Compétition, des Marques composites et du Contenu promotionnel de la Compétition par les Clubs participants

9.1. Utilisation des Marques de la Compétition par les Clubs participants : Les dispositions suivantes s'appliquent :

- (i) Dispositions générales : Les Marques de la Compétition et le Logo composite peuvent être utilisés par les Clubs participants pour décrire leur participation à la Compétition. Toute utilisation commerciale ou promotionnelle des Marques de la Compétition et/ou du Logo composite par les Clubs participants et/ou leurs Partenaires de Club et/ou tout

tiers sous contrat ou associé aux Clubs participants est strictement interdite, sauf dans les cas prévus à l'article 9.2 ci-dessous.

- (ii) Nom de la Compétition : Les Clubs participants sont tenus, lorsqu'ils font référence à la Compétition, de n'utiliser que le Nom de la Compétition (et chaque utilisation doit se faire uniquement dans un contexte éditorial, sauf dans les cas prévus à l'article 9.2 ci-dessous).
- (iii) Logo composite : Les Clubs participants sont autorisés à créer un Logo composite intégrant à la fois l'Emblème officiel et leur propre emblème. Sur demande des Clubs participants, à adresser à OFCPLApprovals@oceaniafootball.com, l'équipe marketing de l'OFC fournira le matériel nécessaire à la création d'un Logo composite. Le Logo composite ne peut comporter que l'Emblème officiel et l'emblème du Club participant. Aucune autre marque ne peut être incluse sans l'autorisation écrite de l'OFC ; cette autorisation étant exigée avant toute utilisation du Logo composite. Aucune autre marque ne peut être placée à proximité d'un Logo composite et de telle sorte à créer une confusion sur l'appartenance ou non de cette marque au Logo composite. Les Clubs participants doivent obtenir l'approbation écrite de l'OFC avant toute utilisation de leur Logo composite. Le Logo composite proposé doit ainsi être soumis à l'OFC par écrit à l'adresse suivante : OFCPLApprovals@oceaniafootball.com. Toute utilisation du Logo composite doit être approuvée conformément à l'article 9.3 ci-dessous. Pour éviter toute ambiguïté, l'OFC fournira à tous les Clubs participants la maquette de l'Emblème officiel et les lignes directrices concernant sa mise en page ou configuration standard afin de les aider à créer un Logo composite. Il incombe à chaque Club participant de produire son Logo composite et de le soumettre à l'approbation écrite de l'OFC.
- (iv) Utilisation des Marques de la Compétition et du Logo composite : Ni les marques de la Compétition ni le Logo composite ne peuvent être utilisés à proximité des noms, logos ou marques commerciales des Partenaires du Club ou de tout tiers sous contrat ou associé autre que les Partenaires commerciaux de l'OFC, sauf autorisation écrite expresse de l'OFC.
Pour plus de clarté, chaque Club participant a la possibilité de désigner jusqu'à trois (3) Partenaires du Club non conflictuels par saison qui pourront utiliser les Marques de la Compétition dans des supports promotionnels ou de co-branding, sous réserve de l'accord écrit préalable de l'OFC et conformément aux Directives relatives à la marque OFC Pro League. Cette décision relève entièrement de la discrétion de l'OFC.
- (v) Matériel imprimé du club : Les Clubs participants doivent s'assurer que leur matériel imprimé ou électronique lié à la Compétition (par exemple, affiches, programmes, magazines, cartes, livrets, applications) utilise les Marques de la Compétition ou le Logo composite uniquement dans un contexte éditorial.
 - a. Ils ne doivent pas apparaître aux côtés de marques ou de publicités sur les couvertures ou les quatrièmes de couverture.
 - b. À l'intérieur de la publication, ils peuvent être utilisés qu'à des fins éditoriales, mais pas sur vis-à-vis de pages contenant des publicités.

- c. Le Nom de la Compétition peut être utilisé qu'à des fins éditoriales et descriptives.
- d. Les couvertures et les titres doivent clairement indiquer que la publication provient du Club participant et non de l'OFC (par exemple, "[Nom] officiel de [l'équipe] à la Ligue professionnelle de l'OFC 2026").
- e. Tous les documents doivent être soumis à l'OFC pour approbation préalable (voir article 9.3).

(vi) Absence d'association avec les Partenaires du Club : Les Clubs participants doivent s'assurer qu'aucune association n'est créée entre leurs Partenaires de Club et/ou tout tiers sous contrat ou associé au Club participant, et la Compétition dans tout leur support promotionnel. Les Partenaires de Club et/ou tout tiers sous contrat ou associé au Club participant ne doivent utiliser aucune des Marques de la Compétition ni le Logo composite dans leurs propres support, sauf s'ils sont des Partenaires commerciaux de la Compétition.

(vii) Autres marques : À l'exception de ce qui est autorisé en vertu de l'article 9.2, les Clubs participants ne doivent pas (et veilleront à ce que leurs Partenaires de Club et/ou tout tiers sous contrat ou associé aux Clubs participants n'utilisent pas) d'autres marques, dispositifs, symboles, logos ou phrases pour identifier la Compétition (y compris le trophée).

9.2. Contenu promotionnel de la Compétition :

(i) Licence accordée aux Clubs participants : L'OFC accorde à chaque Club participant une licence gratuite et mondiale (jusqu'à la fin de la Compétition) pour utiliser et si nécessaire, concéder des sous-licences sur les Contenus promotionnels de la Compétition dans tout média afin de promouvoir la Compétition et la participation du club.

(ii) Droits d'utilisation promotionnelle : Lorsqu'un Club participant ou ses sous-licenciés utilisent du Contenu promotionnel de la Compétition conformément à l'article 9.2 (i), ce Club participant doit, à chaque fois, dans tout média et dans le but de promouvoir la Compétition :

- a. se conformer à toutes les exigences applicables à l'utilisation des Contenus promotionnels de la Compétition ;
- b. ne pas apporter de modifications ou de variations aux versions officielles des Contenus promotionnels de la Compétition, telles que déterminées par chaque Club participant;
- c. ne pas utiliser les Contenus promotionnels de la Compétition de manière à : (i) laisser entendre que l'OFC soutient un produit ou une marque d'une entité commerciale, y compris tout Partenaire du Club ; ou (ii) à créer une association entre l'OFC ou la Compétition et un tiers ;
- d. ne pas utiliser les Contenus promotionnels de la Compétition d'une manière trompeuse ou pour induire en erreur ;

- e. ne pas utiliser les Contenus promotionnels de la Compétition de manière à compromettre ou à nuire au nom, à la réputation, l'image, l'impartialité politique ou religieuse de l'OFC ;
- f. ne pas utiliser les Contenus promotionnels de la Compétition de manière à compromettre l'apparence physique, à sexualiser et/ou à réduire à l'état d'objet, à discriminer ou à renforcer des stéréotypes ou des comportements négatifs ; ou
- g. ne pas utiliser les Contenus promotionnels de la Compétition d'une manière susceptible de compromettre ou de limiter les droits de propriété de l'OFC sur le Contenu promotionnel de la Compétition.

9.3. Approbation : Toutes les propositions d'utilisation des Marques de la Compétition, du Logo composite et/ou de tout Contenu promotionnel de la Compétition (y compris une brève description du contexte et des canaux de distribution) doivent être transmises à l'OFC via OFCPLApprovals@oceaniafootball.com. Des échantillons de tous supports (imprimés et numériques) montrant la mise en page et l'emplacement des Marques de la Compétition, du Logo composite et/ou des Contenus promotionnels de la Compétition doivent être fournis pour obtenir l'approbation écrite préalable de l'OFC.

- (i) Délai standard (avant la Compétition) : soumettre au plus tard vingt-et-un (21) jours avant le démarrage de la Compétition.
- (ii) Demandes en cours de saison : pendant la Période de Compétition, l'OFC peut, à sa seule discrétion, examiner au cas par cas les demandes urgentes. Dans ce cas, les supports doivent être soumis au moins cinq (5) jours ouvrables avant l'utilisation prévue (ou dans un délai plus court si l'OFC y consent expressément par écrit). Aucun matériel ne peut être utilisé sans l'accord écrit de l'OFC.

Pour plus de clarté, l'absence de réponse de la part de l'OFC dans le délai imparti ne vaut pas approbation. L'OFC mettra tout en œuvre pour répondre dans les meilleurs délais.

Les Clubs participants doivent mettre en œuvre, à leurs propres frais, toute modification demandée par l'OFC pour assurer la conformité avec le présent Règlement Médias et Marketing. L'absence de réponse de l'OFC ne vaut pas approbation.

9.4 Sites web des clubs : Les dispositions suivantes s'appliquent à la Compétition :

- (i) Lien vers ofcproleague.com : Chaque Club participant doit inclure un lien vers le site web de l'OFCPL sur chaque page de son site web qui présente un contenu lié à la Compétition. Ce lien comprendra le logo de l'OFCPL, qui peut être demandé à l'adresse OFCPLApprovals@oceaniafootball.com. Veuillez noter que le logo de l'OFCPL ne peut être utilisé d'aucune autre manière et ne peut être utilisé par des tiers, y compris les Partenaires du Club et/ou tout tiers sous contrat ou associé au Club Participant.
- (ii) Utilisation en ligne des Marques de la Compétition et du Logo composite : Les Marques de la Compétition et le Logo composite peuvent être utilisés sur les sites web des Clubs participants sous réserve que :

- a. ils soient utilisés uniquement à des fins éditoriales
 - b. le Club participant ait préalablement obtenu l'accord écrit de l'OFC pour une telle utilisation, ladite demande devant être soumise à l'OFC, par écrit, à l'adresse OFCPLApprovals@oceaniafootball.com
 - c. Ils ne soient pas utilisés en association ou en relation avec, ou à proximité du nom et/ou du logo d'une organisation commerciale, y compris les Partenaires du Club ou tout tiers sous contrat ou associé au Club participant ;
 - d. ils ne soient pas utilisés comme lien hypertexte vers un site ou une page web. Si un lien vers un autre site web ou une autre page web est souhaité, un lien textuel devra être utilisé ;
 - e. ils ne soient pas utilisés ou placés dans la barre de titre, la barre de menu et/ou le pied de page ; et
 - f. l'utilisation des Marques de la Compétition et/ou du Logo composite sur le site web du Club participant soit toujours conforme au présent Règlement Médias et Marketing.
- (iii) URL : Le Nom de la Compétition ne peut être placé dans les URL des sites web des Clubs participants.

10. Utilisation des Droits médias et d'autres contenus par les Clubs participants

10.1. Chaque Club participant peut exploiter certains Droits médias et produire et exploiter certains contenus liés à la Compétition, à chaque fois comme indiqué dans les directives relatives aux Droits médias des Clubs de la Ligue professionnelle de l'OFC et conformément à leurs termes et conditions.

11. Dispositions générales relatives à la billetterie

11.1. Le secrétariat général de l'OFC sera responsable de la vente et de la commercialisation des billets de match. Les billets seront à disposition du public dans le cadre d'une vente générale et leur disponibilité ne sera pas déterminée par ni ne dépendra de ce soutien ou l'appartenance à l'un ou l'autre des Clubs participants prenant part à un match donné.

11.2. Tous les billets pour les matchs sont émis en priorité sous forme électronique. Lorsque cela est raisonnablement nécessaire pour tenir compte des conditions du marché local ou des exigences en matière d'accessibilité, l'OFC (ou son prestataire de billetterie désigné) peut également mettre en vente et distribuer un nombre limité de billets physiques.

11.3. L'OFC mettra à disposition des billets en zone VIP à un coût plus élevé. Lorsqu'il est possible d'organiser la fourniture de services d'hospitalité pour un match, le Secrétariat général de l'OFC peut mettre ces services à disposition dans la zone VIP.

11.4. Le Secrétariat général de l'OFC détermine les conditions générales applicables aux billets de match.

11.5. Les Clubs participants aident le Secrétariat général de l'OFC à veiller au respect des conditions générales de la billetterie par les spectateurs et à faire appliquer ces conditions en cas de violation.

11.6. Lorsque le Secrétariat général de l'OFC estime qu'un Club participant n'a pas suffisamment agi (au regard des Standards relatifs aux Opérations et à la Sécurité lors des Journées de Match contenus dans le Règlement de la Compétition) pour empêcher ses supporters d'enfreindre les conditions de la billetterie, de perturber le jeu ou de se comporter de manière abusive lors d'un match ou à ses abords, il peut renvoyer le Club participant devant la Commission de Discipline et d'Éthique de l'OFC pour qu'elle mène une enquête et prononce, le cas échéant, une sanction. Pour éviter toute ambiguïté, un Club participant peut être ainsi renvoyé même dans le cas où les supporters en question ne seraient pas en possession de billets pour le match en question.

Billets gratuits

11.7. Dans la mesure du possible, chaque Club participant à la Compétition est en droit de recevoir au minimum le nombre de billets gratuits suivant :

- (i) Au moins 15 billets gratuits pour chacun des matchs des Clubs participants à la Compétition ;
- (ii) Au moins trois billets dans la zone VIP pour chacun des matchs des Clubs participants à la Compétition.

Billets payants

En plus des billets gratuits qui lui sont attribués conformément à l'article 44.1 du Règlement de la Compétition, chaque Club participant aura le droit d'acheter des billets supplémentaires pour les remettre à ses supporters, Joueurs ou aux membres de son personnel (y compris leur famille). Les billets supplémentaires sont mis à la disposition des Clubs participants sept (7) jours avant leur mise en vente générale, sous réserve de la capacité du stade.

Un Club participant pourra facturer aux bénéficiaires la redistribution ultérieure de billets de match achetés conformément à l'article 45.1 du Règlement de la Compétition, à condition que ces frais ne dépassent pas le prix d'un billet équivalent en vente générale auprès de l'OFC.

À l'exception des billets achetés conformément à l'article 45.1 du Règlement de la Compétition, un Club participant ne doit pas :

- (i) Vendre, offrir de vendre ou autoriser un tiers à vendre des billets sur internet, ou ;
- (ii) Utiliser ou autoriser toute entité, y compris les partenaires des Fédérations membres ordinaires et des Clubs participants, à utiliser des billets à des fins publicitaires, de

promotion des ventes ou à d'autres fins commerciales, y compris des primes, des cadeaux ou des prix dans un tournoi, un concours ou une loterie.

12. Droits de diffusion

12.1. L'OFC peut accorder certains droits exclusifs à des partenaires pour exploiter commercialement les Droits de diffusion et aucune entité autre que celles désignées par l'OFC n'est autorisée à exploiter commercialement quelques Droits de diffusion que ce soient.

12.2. Les Clubs participants ne disposent d'aucun Droit de diffusion en rapport avec la Compétition.

III. Compétition

13. Exploitation des Droits médias

13.1. Droits exclusifs de l'OFC : L'OFC a le droit unique et exclusif d'exploiter tous les Droits médias liés à la Compétition. Sauf autorisation expresse de l'OFC dans le cadre du présent Règlement Média et Marketing, ni les Clubs participants, ni aucun tiers sous contrat ou associé ne peuvent, dans quelque mesure que ce soit, exploiter tout ou partie des Droits médias relatifs à la Compétition, que ce soit avant, pendant ou après la Période de Compétition.

13.2. Matériel officiel télévisuel et photographique de l'OFC : L'OFC a le droit de produire, enregistrer, exploiter et distribuer du matériel cinématographique à des fins commerciales ou non-commerciales, y compris, mais sans s'y limiter, des documentaires liés à la Compétition et/ou à la participation d'un Club participant à la Compétition, y compris son Équipe participante et tous les Membres de la Délégation de l'équipe.

Sauf accord écrit avec l'OFC et/ou autorisation en vertu du présent Règlement relatif aux médias et au marketing, les Clubs participants veilleront à ce qu'aucun Membre de la délégation de l'équipe ni aucun tiers ne produise, n'enregistre, n'exploite et/ou ne distribue tout contenu audio, visuel fixe ou animé, audiovisuel (y compris les données des joueurs) et/ou texte concernant l'OFC, la Compétition et/ou toute activité officielle liée à la Compétition, ou concernant la participation d'un Club participant à la Compétition, y compris de son Équipe participante et de tous les Membres de la Délégation de l'équipe, à des fins commerciales ou non commerciales, Au moins quatorze (14) jours avant le début du tournoi, le Club participant

informera l'OFC par écrit et en détail de tous les projets, plans et initiatives que le Club participant peut avoir pour une telle production de contenu.

13.3. Accès aux vestiaires à des fins de tournage et/ou de photographie : Sans préjudice de l'article 11.4 ci-dessus, en ce qui concerne uniquement le dernier Match de la Compétition, l'Équipe participante victorieuse accordera à l'Équipe de tournage de l'OFC ou à ses représentants l'accès à son vestiaire immédiatement après son retour au vestiaire à l'issue du match pour une durée d'environ dix (10) minutes aux fins de captation d'images fixes et de tournages non diffusés en direct. Pendant leur présence dans le vestiaire de l'Équipe participante gagnante, l'équipe de tournage de l'OFC ou ses représentants respecteront la vie privée des Membres de la Délégation de l'équipe et agiront de manière aussi peu intrusive que possible, conformément aux modalités à convenir avec l'agent de liaison de l'Équipe participante.

13.4. Pour tout autre Match de la Compétition, le Club participant qui a remporté ce Match de la Compétition et/ou qui s'est qualifié pour le tour suivant devra :

- (i) soit accorder à l'équipe de tournage de l'OFC ou à ses représentants l'accès à son vestiaire à des fins de tournage et/ou de photographie ; ou
- (ii) soit réaliser lui-même des prises de vue photographiques et des séquences audiovisuelles des célébrations de l'équipe depuis le vestiaire, et accorder une sous-licence sur ce contenu pour que l'OFC puisse l'utiliser et l'exploiter sans restriction, en fournissant des copies de ces séquences dans les délais demandés par l'OFC.

14. Exploitation des Droits de commercialisation

14.1. Droits exclusifs de l'OFC : Sauf disposition contraire dans le présent Règlement Médias et Marketing, l'OFC détient le droit unique et exclusif d'exploiter l'ensemble des Droits marketings relatifs à la Compétition. Sauf autorisation contraire en vertu du présent Règlement Médias et Marketing, ni les Clubs participants, ni les tiers sous contrat ou associés ne peuvent, dans quelque mesure que ce soit, exploiter tout ou partie des Droits marketings relatifs à la Compétition, que ce soit avant, pendant ou après la Période de Compétition. L'OFC peut examiner, au cas par cas, les espaces prévus pour les activations des sponsors locaux dans des zones non concurrentielles (par exemple, à l'extérieur du stade, dans les zones de supporters, en ligne, etc.). Cette possibilité est soumise à l'approbation préalable de l'OFC. Le règlement a été mis à jour.

14.2. L'OFC conserve le droit d'exploiter commercialement tous les équipements et vêtements de match fournis par l'OFC (y compris les ballons et autres types d'équipements) ainsi que l'ensemble des droits commerciaux liés aux stades, y compris la signalétique visible. À sa discrétion, l'OFC peut fournir à chaque Club participant disputant un Match donné, une zone

de signalétique visible lors de la diffusion de ce match, que le Club participant pourra utiliser au profit d'un sponsor approuvé ou pour une autre promotion approuvée par l'OFC.

14.3.L'OFC conserve le droit exclusif de conclure des accords de sponsoring et de partenariats commerciaux dans les catégories suivantes :

- (i) Tourisme ;
- (ii) Compagnies aériennes ;
- (iii) Hébergement ;
- (iv) Paris et jeux ;
- (v) Services financiers ;
- (vi) Fournisseurs de vêtements et d'équipements ; et
- (vii) Fournisseurs de données et de statistiques.

14.4.Aucun Club participant ne peut être une partie dans un contrat de sponsoring ou d'un partenariat commercial de quelque nature que ce soit, avec des personnes ou des entités relevant principalement des catégories énumérées ci-dessus, ou dont l'objet principal du sponsoring ou du partenariat concerne l'une de ces catégories. : L'OFC peut approuver des sponsors locaux/régionaux dans certaines catégories, à condition que (i) leur présence ne soit pas en conflit avec celle du partenaire principal de l'OFC et (ii) la valeur de ce partenariat principal ne soit pas affectée. Toute demande doit être soumise à l'OFC pour approbation. Le règlement a été mis à jour.

14.5.En ce qui concerne les services financiers, les fournisseurs de vêtements et d'équipements et les fournisseurs de données et de statistiques uniquement, l'OFC peut, à sa seule et entière discrétion, autoriser les Clubs participants à maintenir des contrats de sponsoring ou des partenariats existants dans ces catégories, à condition que ces contrats aient été conclus avant la diffusion du présent Règlement et/ou avant la conclusion d'un accord de sponsoring de la Compétition dans lesdites catégories.

15. Équipement, Autres articles et Boissons dans les Zones contrôlées

15.1.Règles spécifiques applicables aux catégories d'Équipement : Conformément au principe du "site propre" de la Compétition, les dispositions de cet article 15 s'appliquent à tout équipement porté ou utilisé dans les Zones contrôlées (y compris l'"enceinte intérieure") pendant la durée de la Compétition.

15.2.Équipement de match : La publicité ou la visibilité du sponsor d'un Partenaire de club (à l'exclusion du fabricant) est autorisée pendant la Période de Compétition sur les Équipements de match, conformément aux dispositions énoncées ci-dessous. Pour éviter toute ambiguïté, aucune autre publicité ou visibilité de sponsor n'est autorisée sur l'Équipement de match, à aucun moment de la Période de Compétition.

Devant du Maillot - Logo du Club et Logo du Fabricant :

Logo du club ou de l'écusson : Positionné sur la poitrine gauche (tel que porté par le Joueur), centré verticalement entre l'encolure du maillot et la base du logo du sponsor.

Logo du fabricant : Positionné sur la poitrine droite (tel que porté par le Joueur), reflétant l'emplacement du logo du Club.

- (i) La surface de chaque logo ne doit pas dépasser 100 cm² (par exemple, une hauteur maximale de 10 cm et une largeur maximale de 10 cm, ou un rapport équivalent).
- (ii) Les logos doivent être proportionnés à la taille du maillot et ne pas dominer visuellement le logo du sponsor principal sur le torse.
- (iii) Les logos doivent être des représentations claires d'une seule marque, sans combinaison ni fusion de plusieurs marques.
- (iv) Les logos doivent présenter un contraste de couleurs garantissant leur visibilité sur le fond du maillot, mais ne doivent pas contenir d'éléments réfléchissants ou clignotants.
- (v) La publicité pour le tabac ou les boissons fortement alcoolisées (par exemple, les liqueurs et les spiritueux), les drogues, ainsi que les slogans et messages à caractère politique, sexiste, religieux ou raciste, ou pour toute autre cause portant atteinte aux bonnes mœurs, sont strictement interdits.

Devant du maillot :

La visibilité de la publicité du sponsor d'un seul Partenaire de Club sur l'Équipement de match est permise sur le devant du maillot du Club participant, à condition que :

- (i) la publicité du sponsor du Partenaire de Club représente une seule marque et non une forme de marques combinées ou composites. Les marques combinées ou composites peuvent inclure, à titre d'exemple uniquement, des représentations graphiques publicitaires du sponsor composées de deux produits ou marques distincts ou plus, ou un nom de marque composite qui, séparé, comprend deux noms de marques distincts ou plus ;
- (ii) la surface de la publicité du sponsor du Partenaire du club ne dépasse pas 200 cm² (deux cents centimètres carrés) et doit être placée sur le devant du maillot, au centre du torse ; et
- (iii) la publicité pour le tabac ou les boissons fortement alcoolisées (par exemple les liqueurs et les spiritueux), les drogues, ainsi que les slogans et messages à caractère politique, sexiste, religieux ou raciste, ou pour toute autre cause portant atteinte aux bonnes mœurs, sont strictement interdits.

Dans le cas où les restrictions prévues par le Règlement de la Compétition et/ou par les lois applicables sur le Territoire de la Compétition empêchent un Club participant d'afficher la publicité du sponsor du Partenaire de Club proposé sur le devant du maillot du Club participant, le Club participant peut soumettre une demande d'approbation à l'OFC au moins trente (30) jours

calendaires avant le début de la Période de Compétition pour afficher la marque d'un autre Partenaire de Club ou d'une œuvre de bienfaisance. Dans l'éventualité où l'OFC donne son accord (à la discrétion de l'OFC), la nouvelle marque restera soumise au Règlement de la Compétition (y compris le Présent règlement sur les médias et le marquage) et devra s'y conformer.

Dos du maillot : Numéro de joueur ci-dessous et ci-dessus anglais

La visibilité de la publicité du sponsor d'un seul Partenaire de Club au dos du maillot du Club participant positionnée directement sous le numéro du joueur et d'un autre partenaire du club au-dessus du numéro du joueur, est autorisée, à condition que;

- (i) La publicité du sponsor du Partenaire de Club représente une seule marque non une forme de marques combinées ou composites (au sens défini dans la clause concernant le devant du maillot).
- (ii) La surface maximale de la publicité du sponsor ne doit pas dépasser 100 cm² (dix centimètres de hauteur sur dix centimètres de largeur ou l'équivalent).
- (iii) L'emplacement doit être centré horizontalement sous le numéro du Joueur, avec un espace minimum de 1 cm entre le bas du numéro et le bord supérieur de la publicité du sponsor.
- (iv) La publicité pour le tabac, les boissons fortement alcoolisées (par exemple les liqueurs et les spiritueux), les drogues ainsi que les slogans ou messages à caractère politique, sexiste, religieux ou raciste, ou pour toute autre cause portant atteinte aux bonnes mœurs, sont strictement interdits.

Dans le cas où des restrictions prévues par le Règlement de la Compétition et/ou par les lois applicables sur le Territoire de la Compétition empêchent un Club participant d'afficher la publicité proposée de son Partenaire de Club à cet emplacement, le Club participant peut soumettre une demande à l'OFC au moins soixante (60) jours calendaires avant le début de la Période de Compétition pour afficher une autre marque (y compris des œuvres de bienfaisance), sous réserve de l'approbation de l'OFC.

Short

- (i) Position fixe
 - a. Toutes les marques autorisées sur les shorts doivent apparaître uniquement à l'avant, sur les jambes gauche et droite, et à l'arrière, sur les jambes gauche et droite (telles que portées par le Joueur).
 - b. La jambe droite ne doit porter aucun marquage, à l'exception du numéro du Joueur et le logo du fabricant.
- (ii) Marquages autorisés sur la jambe gauche
 - a. Écusson du club : Surface maximale de 50 cm².
 - b. Logo du sponsor (si approuvé par l'OFC) : surface maximale de 50 cm².
- (iii) Marquages autorisés à l'arrière des jambes gauche et droite
 - a. Logo du sponsor
 - b. Surface maximale de 50 cm².
- (iv) Numéro du Joueur (facultatif)

- a. S'il est utilisé, il peut être placé sur la jambe droite, à côté des autres marques, à une hauteur maximale de 10 cm.
- (v) Restrictions de contenu
 - a. La publicité pour le tabac, les boissons fortement alcoolisées (par exemple les liqueurs et les spiritueux), les drogues ainsi que les slogans ou messages à caractère politique, sexiste, religieux ou raciste, ou pour toute autre cause portant atteinte aux bonnes mœurs, est strictement interdite.

Manche gauche et Manche droite du Maillot - Désignation de l'OFC

Les manches gauches et droites de tous les maillots des Clubs participants seront réservées exclusivement à l'OFC et/ou aux Partenaires commerciaux désignés par l'OFC ou aux programmes de Département Responsabilité Sociale de l'OFC.

- (i) Aucun Club participant ne peut afficher de marque, message ou logo de Partenaire de Club sur l'une ou l'autre de ces manches pendant la Compétition, sauf accord express et écrit de l'OFC.
- (ii) Manche droite
 - a. *Présence obligatoire de l'Emblème ou logo de la Ligue professionnelle de l'OFC.*
 - b. Taille : Doit être de la même hauteur que l'écusson de l'équipe (surface maximale de 100 cm²).
 - c. Emplacement : centré sur l'extérieur de la manche droite, entre la couture de l'épaule et le bord de la manche.
 - d. Aucune autre marque n'est autorisée à cet endroit.
- (iii) Manche gauche
 - a. *Emplacement optionnel réservé à un partenaire de manche désigné par l'OFC (par exemple, partenaire commercial ou campagne de responsabilité sociale).*
 - b. Taille maximale : 100 cm².
 - c. Un seul sponsor ou initiative peut être affiché.
 - d. Aucun Partenaire de Club n'est autorisé, sauf accord express de l'OFC.
- (iv) La publicité pour le tabac, les boissons fortement alcoolisées (par exemple les liqueurs et les spiritueux), les drogues, ainsi que les slogans ou messages à caractère politique, sexiste, religieux ou raciste, ou pour toute autre cause portant atteinte aux bonnes mœurs, sont strictement interdits.

15.3.Équipements hors match :

Règle générale : Les membres de la délégation de l'équipe sont autorisés à afficher un nombre illimité de Partenaires du Club sur les équipements hors match, sauf aux Jours de match ou lorsqu'ils participent à une Activité médiatique officielle de l'OFC ou à tout autre événement lié à la Compétition organisé par l'OFC ou sous son égide.

Maillots d'entraînement, Vestes d'entraînement, Vestes " Anthem " et Vestes de cérémonie d'avant-match :

Les Jours de match, ou lorsque vous assistez à une Activité médiatique officielle de l'OFC ou à tout autre événement lié à la Compétition organisé par l'OFC ou sous son égide, la publicité ou la visibilité du sponsor du Partenaire du club (à l'exclusion du logo du fabricant) est autorisée sur les maillots d'entraînement, les vestes d'entraînement, les vestes d'hymne et les vestes de cérémonie d'avant-match, à condition que :

- (i) Marque unique
 - a. La publicité du sponsor ne représente qu'une seule marque.
 - b. La combinaison de marques ou les marques composites ne sont pas autorisées.
 - o Par exemple : Un visuel composé de deux marques distinctes ou plus, ou un nom de marque composite qui, s'il est divisé, devient deux marques distinctes ou plus.
- (ii) Taille et emplacement
 - a. Maillots d'entraînement : 200 cm² au maximum.
 - b. Vestes " Anthem " / Vestes d'avant-match : 20 cm² au maximum.
 - c. Toutes les publicités des sponsors doivent être placées sur le devant du maillot ou de la veste uniquement.
- (iii) Restrictions relatives au contenu

Pas de publicité pour le tabac, les boissons alcoolisées fortes (liqueurs et spiritueux), les drogues, les slogans ou messages à caractère politique, sexiste, religieux ou raciste et tout autre contenu portant atteinte aux bonnes mœurs.

Tenue formelle :

Les Jours de match ou lors d'une Activité médiatique officielle de l'OFC ou de tout autre événement lié à la Compétition organisé par l'OFC ou sous son égide, la tenue formelle doit, dans la mesure du possible, être exempte de marque de tiers (qu'elle soit cousue ou attachée séparément), à l'exception de l'emblème de leur Club participant et le logo du fabricant. La taille maximale du logo du fabricant est de 20 cm² (vingt centimètres carrés). Un maximum de cinq (5) logos de fabricants peut apparaître sur l'ensemble de la tenue officielle portée. La même restriction s'applique à la fois à la tenue formelle et aux autres éléments de l'Équipement hors match si la tenue formelle est portée en même temps que les autres éléments de l'Équipement hors match.

15.4. Autres types d'équipements

Règle générale :

Les Clubs participants sont autorisés à afficher un nombre illimité de Partenaires de Club sur les Autres types d'équipements (sous réserve de respecter toutes les lois applicables sur le Territoire de la Compétition), sauf le Jour du match ou lorsqu'ils participent à une Activité médiatique officielle de l'OFC ou à tout autre événement lié à la Compétition organisé par l'OFC ou sous son égide. Sans préjudice de ce qui précède, à aucun moment une marque du Partenaire de Club ne sera autorisée sur tout autre équipement fourni par l'OFC ou un Partenaire de l'OFC (y compris le ballon officiel du match).

Sacs et Autres articles :

Les Jours de match ou lors d'une Activité médiatique officielle de l'OFC ou de tout autre événement lié à la Compétition organisé par l'OFC ou sous son égide, tous les sacs et/ou autres articles utilisés par les membres de la délégation de l'équipe ou leur appartenant doivent être exempts de toute marque, à l'exception de :

- (i) l'Emblème officiel du Club participant ;
- (ii) en ce qui concerne les grands sacs, un identifiant du fabricant d'une taille maximale de 100 cm² (cent centimètres carrés) ou deux identifiants de ce fabricant, à condition que la somme des deux identifiants ne dépasse pas 100 cm² (cent centimètres carrés) ;
- (iii) pour les sacs à dos, un identifiant du fabricant d'une taille maximale de 50 cm² (cinquante centimètres carrés) ou deux identifiants de ce fabricant, à condition que la somme des deux identifiants ne dépasse pas 50 cm² (cinquante centimètres carrés) ;
- (iv) pour tout autre article, un identifiant du fabricant d'une taille maximale de 25 cm² (vingt-cinq centimètres carrés). Le logo du fabricant ne peut y apparaître qu'une seule fois.

Équipement des Ramasseurs de ballons, des Accompagnateurs de Joueurs et des Porte-Drapeaux

- (i) Autorisation de marquage
L'Équipement et les vêtements portés ou utilisés par les ramasseurs de ballons, les accompagnateurs de Joueurs et les porte-drapeaux pendant les matchs de l'OFCPL peuvent afficher les marques des Partenaires commerciaux de l'OFC ou des Programmes de Responsabilité sociale de l'OFC.
- (ii) Taille et emplacement
 - a. La marque peut être placée sur le devant ou sur la manche des maillots, des vestes ou des chasubles.
 - b. Surface maximale pour un seul logo : 200 cm².
 - c. Les logos des fabricants peuvent apparaître dans le respect des limites de taille des kits de l'OFC (20 cm² maximum).
- (iii) Restrictions relatives au contenu
Pas de publicité pour le tabac, les boissons fortement alcoolisées (par exemple, les liqueurs et les spiritueux), les drogues, les messages politiques, sexistes, religieux ou racistes et tout autre contenu qui heurte les bonnes mœurs.
- (iv) Cohérence
La stratégie de marques utilisée et remplissant les caractéristiques ci-dessus doit rester cohérente pendant toute la durée de la Compétition, sauf décision contraire de l'OFC.

15.5. Aucune publicité sur l'équipement : Sauf autorisation expresse contraire prévue par le présent Règlement Médias et Marketing, il est interdit à tous les membres de la délégation de l'équipe d'afficher :

- (i) des messages et des slogans à caractère politique, sexiste, religieux ou raciste, ou pour toute autre cause portant atteinte aux bonnes mœurs, dans n'importe quelle langue (à n'importe quel moment) ;

- (ii) des marques commerciales et des messages et slogans commerciaux et personnels (sauf dans les cas autorisés par l'article 15 du présent Règlement) ; et/ou
- (iii) des marques ou noms de fabricants de quelque nature que ce soit (sauf dans les cas autorisés par l'article 15 du présent Règlement ou par le Règlement sur l'Équipement)

sur leur Équipement de match, leur Équipement hors match, leurs Autres types d'équipement, leur tenue formelle, leurs vêtements supplémentaires portés en remplacement de l'Équipement de match ou d'autres articles utilisés (y compris, mais sans s'y limiter, les sacs, les sacs de ballons, les gants de gardien de but, les contenants pour boissons et les troussees médicales) ou sur leur personne pendant toute la durée de leur séjour dans une Zone sous contrôle pendant la Période de Compétition. Cette disposition s'applique à tous les effets personnels (y compris les chapeaux, les lunettes de soleil, les sacs, les bagages, les écouteurs et autres accessoires de mode) en possession des membres de la délégation de l'équipe ou portés par eux.

15.6. Trophée original et Trophée du Vainqueur

Le "Trophée original" est la propriété permanente de l'OFC et restera toujours en la possession de l'OFC. Il sera remis au Club vainqueur lors de la Cérémonie officielle de clôture de la Compétition.

Le "Trophée du vainqueur" est une réplique du Trophée original, remis par l'OFC au club vainqueur à l'issue du match final de la Compétition. Le Trophée du vainqueur sera conservé en permanence par le club vainqueur.

15.7. Boissons dans les Zones contrôlées :

Consommation de boissons dans les Zones contrôlées :

Les dispositions suivantes s'appliquent à la consommation de boissons dans les Zones contrôlées :

- 15.7.1. Sous réserve de la désignation par l'OFC d'un ou de plusieurs partenaires boissons en tant que Partenaire commercial, les Clubs participants recevront les produits du Partenaire commercial concerné, et notamment de l'eau et des boissons pour sportifs, à utiliser dans les Zones contrôlées. La quantité de boissons à fournir sera déterminée par l'OFC.
- 15.7.2. Si les Clubs participants souhaitent utiliser des boissons fabriquées par une autre entité, elles doivent être stockées ou contenues dans des bouteilles.

Aucune marque de boisson concurrente :

Il est expressément interdit aux Clubs participants d'apporter les boissons des concurrents du ou des Partenaire(s) Commercial(aux) concerné(s) dans les Zones contrôlées, en particulier dans les vestiaires, les abords du terrain de tout Stade de la Compétition, les Activités Médiatiques Officielles de l'OFC, les zones mixtes, les salles d'interviews et les centres médias et télévisions, à moins que ces

produits ne soient contenus dans les récipients avant leur arrivée dans les Zones contrôlées concernées.

16. Règles spécifiques pour les Sites d'entraînement officiels

16.1. Panneaux fixes des Partenaires commerciaux : L'OFC peut installer des panneaux affichant la marque et offrant de la visibilité aux Partenaires commerciaux sur les Sites d'entraînement officiels pendant la Période de Compétition, et les Clubs participants ne doivent pas recouvrir ni retirer ces panneaux.

16.2. Activités médiatiques des clubs sur les Sites d'entraînement officiels :

16.2.1. Les jours de match ou lors d'une Activité médiatique officielle de l'OFC ou de tout autre événement lié à la Compétition organisé par l'OFC ou sous son égide sur les Sites d'entraînement officiels, les Clubs participants ne doivent pas, ni permettre à un Partenaire de Club ou à un tiers de : (i) afficher toute publicité, marque ou autre matériel promotionnel sur les Sites d'entraînement officiels ; (ii) mener des activités promotionnelles ; ou (iii) mener des activités médiatiques de club sur les Sites d'entraînement officiels (y compris dans toutes les zones intérieures et extérieures).

16.2.2. Sous réserve des restrictions énoncées au sous-paragraphe (i) ci-dessus, les Clubs participants peuvent afficher ou autoriser l'affichage de publicité, de marques ou d'autres matériels promotionnels, ou mener ou autoriser des activités promotionnelles, ou mener ou permettre des activités médiatiques de club sur les Sites d'entraînement officiels pendant la Période de Compétition, à condition que les Clubs participants veillent à ce que :

- a. les panneaux fixes érigés par l'OFC conformément à l'article 14.1 ne soient pas recouverts ou retirés ;
- b. toute publicité, marque, matériel et/ou activité de ce type n'enfreigne pas les principes anti-marketing sauvage énoncés dans le présent Règlement Médias et Marketing
- c. toute publicité, marque, matériel et/ou activité n'affiche pas, n'utilise pas ou n'intègre pas les Marques de la Compétition et ne cherche pas à créer une association entre un Partenaire de Club (ou toute autre tierce partie) et la Compétition ;
- d. toute publicité, marque, matériel et/ou activité ne soit pas ouvert au public (sous réserve que les Clubs participants aient le droit de mener ou permettre des activités promotionnelles ou des activités médiatiques de club ouvertes au public si aucune marque commerciale n'est affichée et si les autres exigences de l'article 14.2(ii) sont respectées) ; et
- e. la production, l'utilisation et/ou la distribution de tout contenu en rapport avec une telle publicité, marque, activité et/ou matériel ne soient autorisées que si elles sont approuvées par l'OFC.

- 16.3. Présence et billetterie : Aucun Club participant, Partenaire de Club ou autre tiers ne peut vendre de billets pour assister à un entraînement sur Site d'entraînement officiel. Aucun Club participant, Partenaire de Club ou tiers sous contrat ou associé à un Club participant ne peut organiser quelque promotion que ce soit, destinée au grand public et en rapport avec sa présence à une séance d'entraînement sur un Site d'entraînement officiel, de manière à créer une association entre le Partenaire de Club ou tout autre tierce partie et la Compétition. Toutefois, un Club participant est autorisé à inviter un nombre raisonnable d'invités du Partenaire de Club à assister à une séance d'entraînement officielle.
- 16.4. Vente de nourriture et de boissons : À l'exception de tout arrangement conclu par l'OFC avec des Partenaires commerciaux, aucun arrangement avec des tiers conclu par les Clubs participants pour que de la nourriture et des boissons soient mises à la disposition des personnes présentes sur les Sites d'entraînement officiels n'est autorisé à aucun moment, sauf si cela est permis en vertu d'un accord entre l'OFC et le Club participant (y compris, par exemple, la fourniture de nourriture et de boissons pour les enfants qui assistent à une séance d'entraînement, sans implication des Partenaires du Club).
- 16.5. Vente de marchandises : À l'exception des dispositions prises par l'OFC ou par des tiers désignés par l'OFC avec les détenteurs de licences officielles, et sauf autorisation en vertu d'un accord entre l'OFC et le Club participant relatif au Programme de Vente au Détail et d'Octroi de Licences, aucune marchandise de tiers ni aucun autre produit sous licence ne peut être proposé à la vente ou distribué sur les Sites d'entraînement officiels. Pour éviter toute ambiguïté, les Clubs Participants sont autorisés à vendre et à distribuer leurs propres produits officiels de club sur les Sites d'Entraînement Officiels, à condition que ces produits soient enregistrés dans le cadre du Programme de Licence et de Vente au Détail de l'OFC et qu'ils respectent les directives de marque de l'OFC.

La vente ou la distribution de tout produit tiers ou non licencié sur les Sites d'Entraînement Officiels demeure strictement interdite, sauf autorisation expresse et écrite de l'OFC.