



EIDGENÖSSISCHER  
SCHWINGERVERBAND  
*Association fédérale de lutte suisse*



## MANUEL POUR LA MISE EN APPLICATION DES DIRECTIVES RECLAME ET PUBLICITE



## CONTENU

5	Campagnes publicitaires Introduction
6	Texte de publicité sur les vêtements
11	Apparitions publiques
15	Campagnes publicitaires publiques
17	Imprimés
25	Arène de lutte
28	Directives «Réclame et publicité»
36	Règlement d'application de la commission de publicité
40	Contact



## Chers lutteurs, membres du jury, fonctionnaires et organisateurs de fêtes de lutte suisse

Suite à l'approbation de la révision partielle des statuts par l'assemblée des délégués de l'Association Fédérale de Lutte Suisse les 9 & 10 mars 2019 à Meiringen ainsi qu'à l'assemblée fédérale validée, par courrier, le 6 mars 2020. Le règlement sur la publicité a été adapté et validé par le Comité Central en vertu des modifications des statuts de AFLS, date de validité le 30 juin 2021.

Les associations, sous-associations et clubs à tous niveaux sont tenues de contribuer activement à l'application ces règlements. La personne de contact pour tous est le responsable de la publicité élu par l'assemblée fédérale conformément à l'art. 6.1 lit.e.

Le présent manuel donne une idée claire des possibilités offertes en matière de publicité ainsi que des exemples concrets pour notre association. Ce guide avec les recommandations de la commission de publicité facilite la bonne application des règles en matière de publicité. En plus, le manuel est utile pour l'acquisition de partenaires publicitaires et de sponsors, car les possibilités autorisées sont ainsi clairement définies et décrites.

La bonne application du règlement sur la publicité garantit une visibilité digne d'intérêt pour notre sport et pour tous les partenaires impliqués.

L'Obmann de l'AFLS

Le responsable de la publicité de l'AFLS

---

### Contact

Rolf Gasser  
Responsable de la publicité de  
l'Association Fédérale de Lutte  
Suisse  
Rumendingenstrasse 1  
3423 Ersigen

Mobil 079 222 54 92  
geschaefsstelle@esv.ch  
www.esv.ch



Markus Lauener



Rolf Gasser

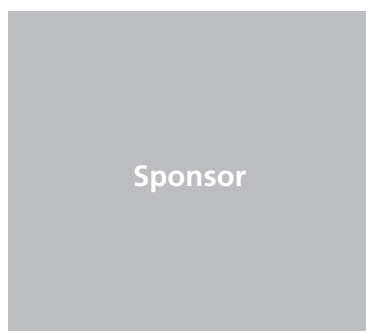
**TEXTES PUBLICITAIRES SUR  
LES VETEMENTS**

7 Surface de publicité autorisée

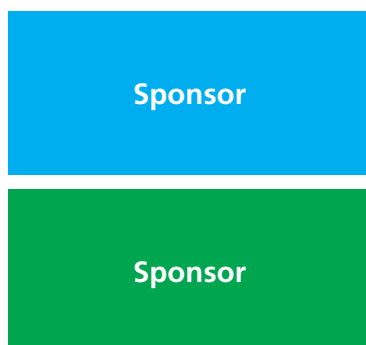
8 Exemples d'application

La surface totale autorisée pour sponsors personnels est de 90 cm<sup>2</sup>,  
sur les vêtements de sport et bagages, (art. 4.1)

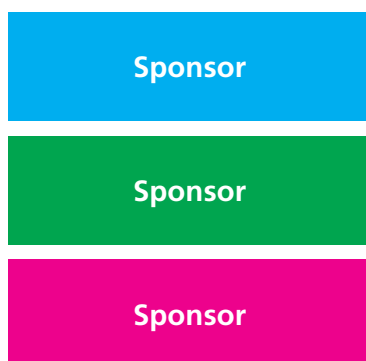
.....  
**Surface totale  
pour sponsors**  
10×9 cm



.....  
**Surface totale  
divisée pour**  
2 sponsors



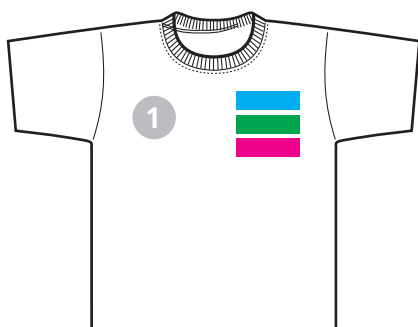
.....  
**Surface totale  
divisée pour**  
3 sponsors



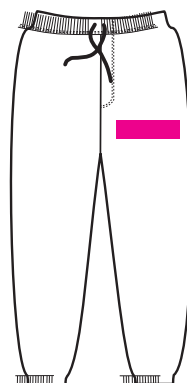
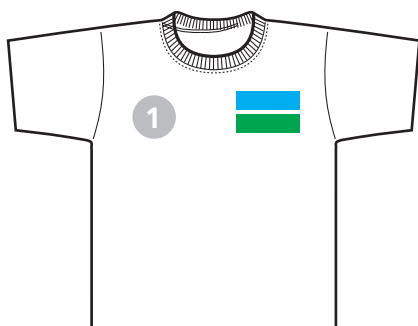
Les marques, signes d'origine et les logos des maisons d'articles de sport et  
vêtements ne sont pas de la publicité supplémentaire pour autant qu'ils ne  
dépassent pas 16 cm<sup>2</sup>.

Exemples d'application avec au total 3 sponsors personnels et avec le sponsor de l'association ou du club **1**

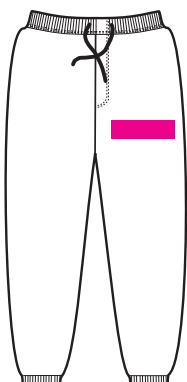
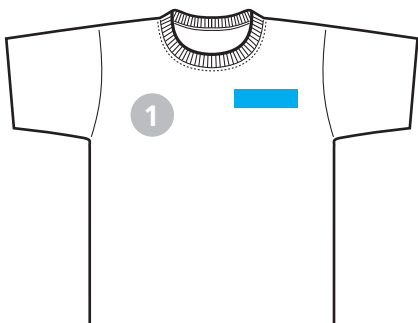
**Exemple**  
3 sponsors  
sur T-Shirt



**Exemple**  
2 sponsors sur T-Shirt  
1 sponsor sur pantalon



**Exemple**  
1 sponsor sur T-Shirt  
1 sponsor sur pantalon  
1 sponsor sur sac

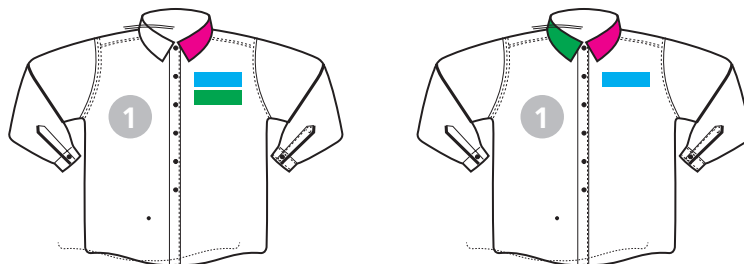


Exemples d'application avec au total 3 sponsors personnels et avec le sponsor de l'association ou du club ①

#### Chemise

2 sponsors sur la poitrine  
1 sponsor sur le col

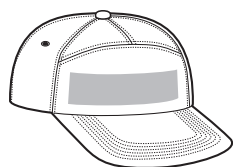
1 sponsor sur la poitrine  
2 sponsors sur le col



Pour les casquettes une surface totale de 30 cm<sup>2</sup> est à disposition

#### Casquette

surface pour sponsor  
30 cm<sup>2</sup>

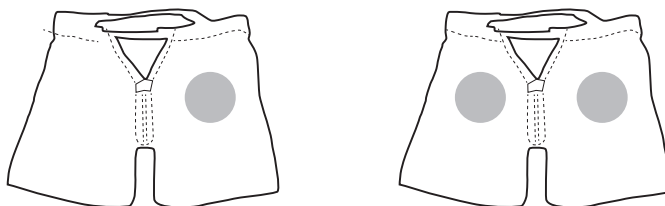


Sponsor

Seulement le logo du comité d'organisation, de l'association ou du club est autorisé (art. 6.2)

#### Culottes de lutte

Logo reproduit 1x  
ou reproduit 2x



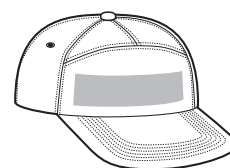
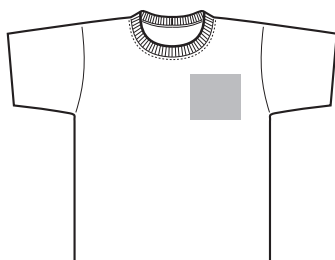
Surface pour sponsors max. 90 cm<sup>2</sup>

Casquette max. 30 cm<sup>2</sup>

#### Aides et numéroteurs

T-Shirt  
90 cm<sup>2</sup>

Casquette  
30 cm<sup>2</sup>



Du nevenu/honoraire ou contribution convenu, versé par le tiers, l'AFLS en prélève 10% qui seront redistribués en faveur de la relève de la lutte suisse (selon décision du CC).

Jusqu'au 31 décembre après l'annonce du retrait de la compétition, le lutteur devra s'acquitter à hauteur de 10% et pour les trois années suivantes le prélèvement sera de 5% du montant perçu. Après cette période, l'obligation de contribution (Art. 3.4) est terminée.

Après un entretien, avec chaque lutteur actif ou retraité au bénéfice d'un contrat, le responsable de publicité établit au mois d'octobre une facture annuelle pour l'année en cours. La facturation se fait pour le montant dû et de la TVA en vigueur.



Pour les jeunes lutteurs suisses (âge jusqu'à 16 ans) des contrats de RP et de publicité ne sont pas autorisés (art. 3.4)

## APPARITIONS PUBLIQUES

12 Cartes d'autographes

13 Séance d'autographes

14 Inscriptions sur les voitures

La grandeur maximale d'une carte d'autographes est A5, 148 x 210 mm  
Les cartes d'autographes sont généralement soumises à autorisation (art. 3.3)

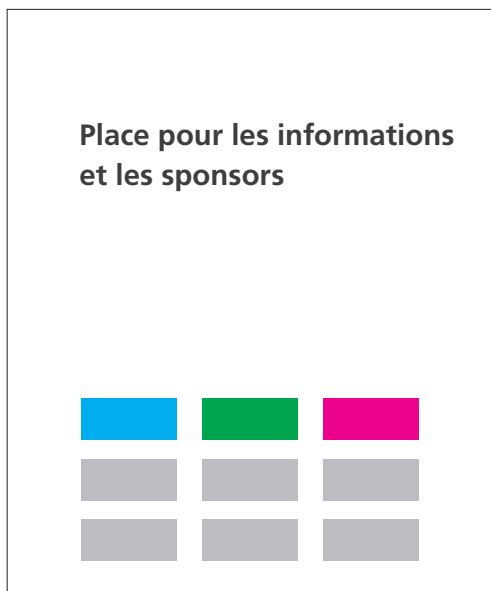
**Recto**

**Format A5**

- Photo du portrait  
En habits de fête ou de compétition (pas de mélange habits de fête et de compétition)
- Nom
- Tous les titres
- Le Logo du club/section et de l'association



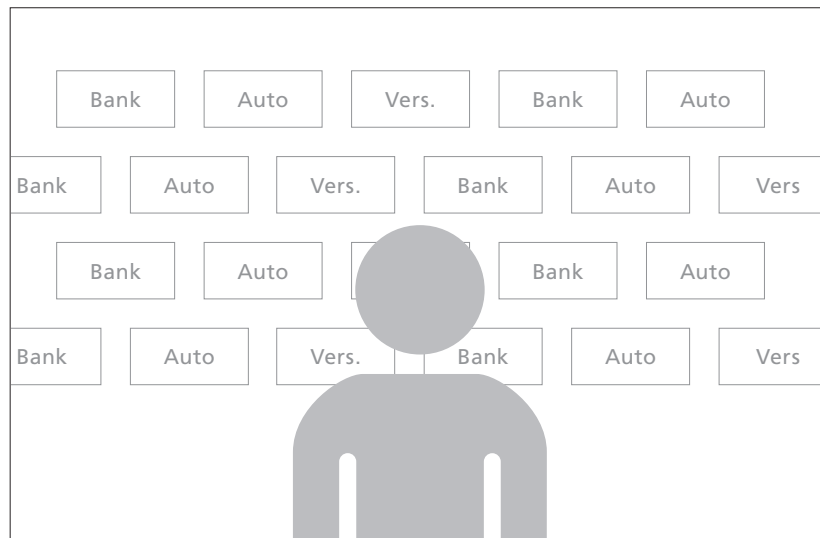
**Verso**



Un arrière plan de publicité lors des séances d'autographes est toléré.  
La publicité autre que le sponsor personnel peut être visible.

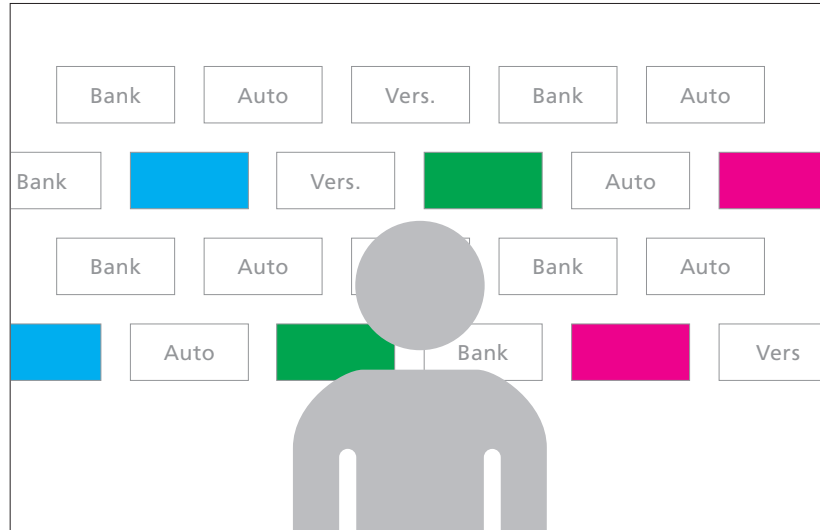
**Paroi pour sponsors**

seulement avec  
d'autres publicités



**Paroi pour sponsors**

combinée avec sponsors  
personnels et  
d'autres publicités



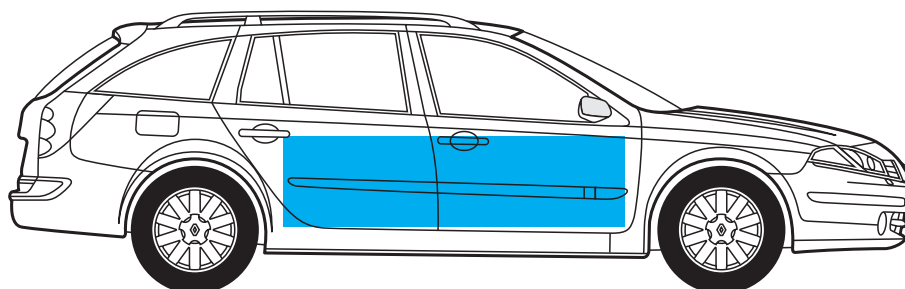
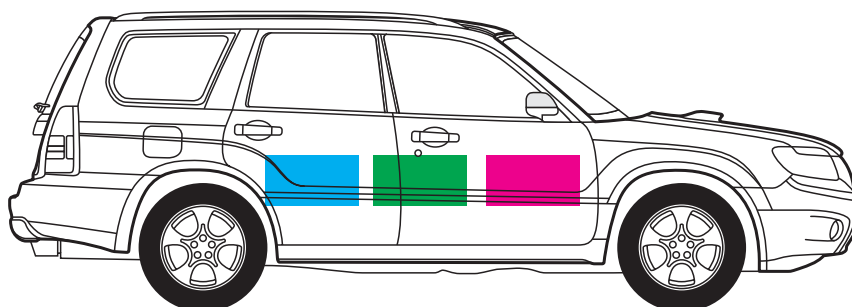
## 14 APPARITIONS PUBLIQUES INSCRIPTIONS SUR LES VOITURES

La commission pour la publicité conseille les inscriptions seulement sur les côtés des voitures.

Si l'inscription publicitaire fait mention du nom du lutteur, il devra s'acquitter de la participation prévue selon l'art. 3.4 du règlement.

### Inscriptions sur les voitures

exemple avec trois sponsors  
ou avec un sponsor



La loi sur l'ordonnance sur la circulation routière doit être respectée.  
Les panneaux réfléchissants sont interdits.

**CAMPAGNES PUBLICITAIRES  
PUBLIQUES**

16 Annonces, affiches et autres moyens  
de publicités

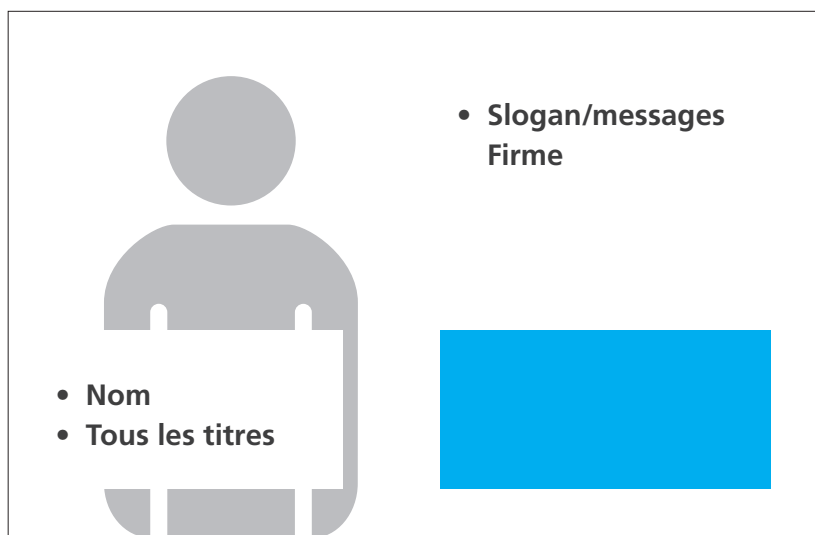
---

Les campagnes publicitaires publiques sont par principe soumises à autorisation (art. 3.4). Le lutteur peut se produire avec les habits de fête et couronne, mais sans sponsors, respectivement en habits de compétition avec culotte de lutte.

**Annonces avec plusieurs apparitions**

format vertical ou horizontal

- Photo
- Nom
- Tous les titres
- Slogan/messages Firmes
- Logo du sponsor séparé



## IMPRIMES

18 Papier à lettre/Liste de résultats/Enveloppes pour AFLS, associations régionales, associations, clubs, sections et comités d'organisation

---

19 Livret de Fête – Page de garde

---

20 Affiches pour les fêtes à couronnes et fêtes de lutte suisse à caractère fédéral

---

21 Panneaux publicitaires pour l'AFLS, associations régionales, associations, clubs, sections et CO

---

22 Affiches pour fêtes régionales, de club et journées de lutte suisse pour la relève

---

23 Panneaux publicitaires pour fêtes régionales, de club et journées de lutte suisse pour la relève

---

24 Dépliants publicitaires, cartes de publicité et annonces pour fêtes à couronnes et fêtes de lutte à caractère fédéral, fêtes régionales, de club et journées de lutte suisse pour la relève

---

## 18 IMPRIMES

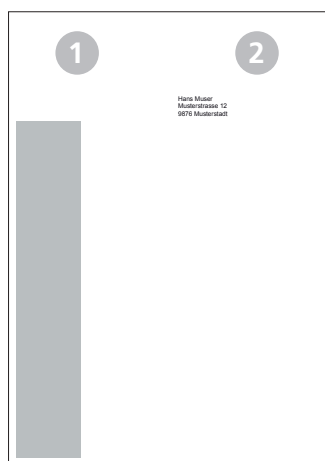
### PAPIER A LETTRE/LISTES DE RESULTATS POUR AFLS, ASSOCIATIONS REGIONALES, ASSOCIATIONS, CLUBS, SECTIONS ET COMITES D'ORGANISATION

Sur le papier à lettre et les listes de résultats, les logos des sponsors ne doivent pas dépasser le 15% de la surface totale du support.

Logo de l'association/club **1** Logo CO **2** (art. 4.1)

#### Format A4

21 × 29.7 cm  
surface 4.2 × 22 cm



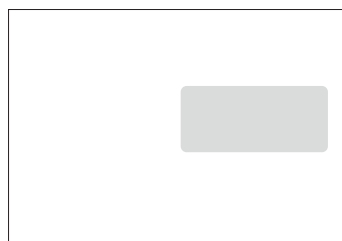
#### Format A4

21 × 29.7 cm  
surface 19.5 × 4.8 cm



#### Enveloppe C5

22.9 × 16.2 cm



Pour les logo imprimés sur les enveloppes, les directives de la Poste doivent être respectées

**PAGE DE GARDE DES LIVRETS DE FETE POUR FETES A COURONNES ET FETES DE LUTTE SUISE A CARACTERE FEDERAL**

Sur la page de garde des livrets de fête pour les fêtes à couronnes et fêtes de lutte suisse à caractère fédéral aucun logo de sponsor n'est autorisé (art. 5.3)

**Page de garde du livret de fête**

- Image de lutte
- Logo de l'association
- Logo du comité d'organisation
- Date de la manifestation



Sur les affiches pour fêtes à couronnes et fêtes de lutte suisse à caractère fédéral, aucun logo de sponsor n'est autorisé (art. 5.3)

---

**Affiches de fête**

- Image de lutte
- Logo de l'association
- Logo du comité d'organisation
- Date de la manifestation

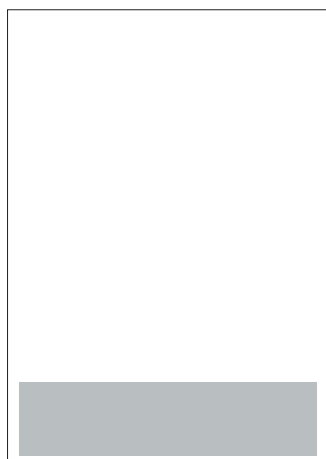


Sur les panneaux publicitaires pour l'AFLS, association régionales, associations, clubs, sections et CO, la surface pour les sponsors ne doit pas dépasser le 15% du support (art. 4.1)

.....  
**Format A4**

21× 29.7 cm

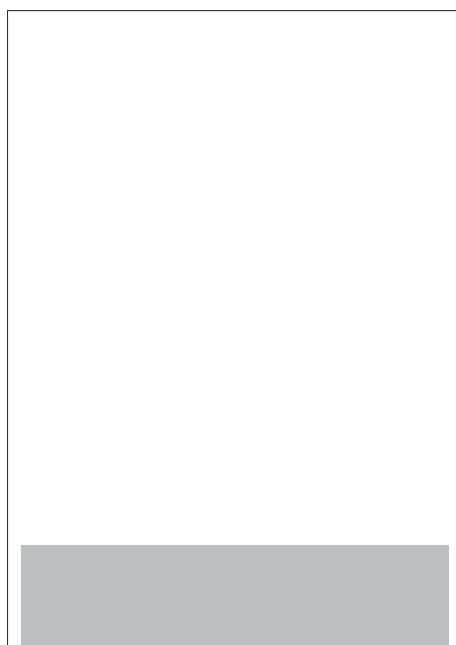
surface 19.5 × 4.5 cm



.....  
**Format A3**

29.7 × 42 cm

surface 28 × 6.5 cm



Sur les affiches pour fêtes régionales, de club et journées de lutte suisse pour la relève, la surface pour les sponsors ne doit pas dépasser le 15% de la surface totale. (art. 6.3)

---

**Format A4**

21 × 29.7 cm

surface 19.5 × 4.5 cm

- Image de lutte
- Logo de l'association
- Logo du comité d'organisation
- Date de la manifestation



---

**Format A3**

29.7 × 42 cm

surface 28 × 6.5 cm

- Image de lutte
- Logo de l'association
- Logo du comité d'organisation
- Date de la manifestation



**PANNEAUX PUBLICITAIRES POUR FETES REGIONALES, DE CLUB  
ET JOURNEES DE LUTTE SUISSE POUR LA RELEVE**

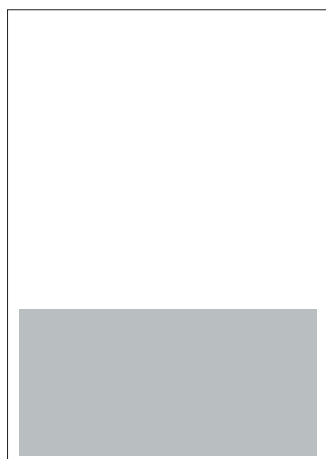
Sur les panneaux publicitaires pour fêtes régionales, de club et journées de lutte suisse pour la relève, la surface pour les sponsors ne doit pas dépasser le 30% de la surface totale (art. 6.3)

---

**Format A4**

21 × 29.7 cm

surface 19.5 × 9.6 cm

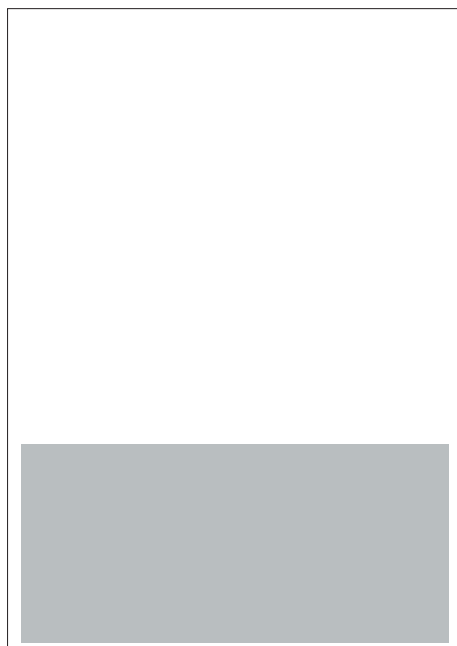


---

**Format A3**

29.7 × 42 cm

surface 28 × 13 cm



**IMPRIMES****DEPLIANTS PUBLICITAIRES, CARTES DE PUBLICITE ET ANNONCES POUR FETES A COURONNES ET FETES DE LUTTE SUISSE A CARACTERE FEDERAL, FETES REGIONALES, DE CLUB ET JOURNEES DE LUTTE SUISSE POUR LA RELEVÉ**

Sur les dépliants publicitaires, cartes de publicité et annonces, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 30% de la surface totale (art. 5.3)

**Annonces A5**

21 × 14.8 cm

surface 19 × 4.9 cm

**Dépliants publicitaires  
2 pages, 6 pages**

pliés 10.5 × 21 cm

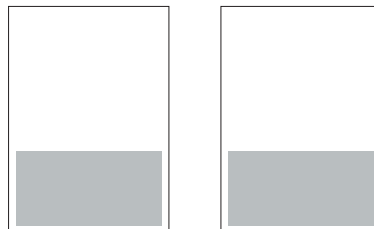
ouverts 31.3 × 21 cm

6 × surface 9.5 × 6.9 cm

**Dépliants publicitaires A6,  
2 pages**

10.5 × 14.8 cm

2 × surface 9.5 × 4.9 cm



## **ARENE DE LUTTE SUISSE**

26 Fêtes à couronnes et fêtes de lutte suisse à caractère fédéral

---

27 Fêtes régionales, de club et journées de lutte suisse pour la relève

---

L'arène de lutte suisse, l'emplacement des compétitions et les rangées des spectateurs sont complètement libres de publicité. Toute publicité visible depuis l'arène de lutte suisse, est interdite (art. 5.2). Les parasols, stands de ravitaillement ou autres outils avec inscriptions publicitaires doivent être placés de telle manière pour que la publicité ne soit pas visible depuis l'arène de lutte suisse. La publicité permanente dans l'arène de lutte suisse est à couvrir ou à enlever.

**Arène de lutte suisse**  
dans une arène correcte  
et sans publicité:  
Actifs et jury  
(Schwägalp)



L'arène de lutte suisse, l'emplacement des compétitions et les rangées des spectateurs sont, dans la mesure du possible, libres de publicité.

Est tolérée, la publicité sur les parasols, les stands de ravitaillement ou autres moyens d'aide qui sont en rapport avec le comité d'organisation, est également tolérée, la publicité visible depuis l'arène de lutte.

La publicité permanente est autorisée (art. 6.2)

Arène pour fêtes  
régionales, de club  
et journées de lutte  
suisse pour la relève



Le Comité Central (CC), conformément à l'art 12 al. o des statuts de l'AFLS (édition 2024) a élaboré le règlement suivant:

## 1 GÉNÉRALITÉS

La publicité en rapport avec la lutte suisse en général et les activités de la lutte suisse en particulier est interdite. Ce règlement définit en principe, tout ce qui est autorisé. Ce qui n'est pas mentionné reste interdit.

En particulier et d'une manière péremptoire, les habits des lutteurs et des fonctionnaires, portés dans l'arène des fêtes de lutte suisse avec couronnes ainsi que les fêtes à caractère fédéral, doivent être vierges de publicité.

La publicité en relation avec la lutte suisse en général et l'activité de la lutte suisse en particulier est fondamentalement interdite quand elle

- est choquante ou sexiste,
- viole la neutralité politique et sportive de la lutte suisse,
- la publication de produits qui ne conviennent pas avec les valeurs fondamentales de la lutte suisse,
- donne l'impression que plusieurs lutteurs sont liés ensemble sportivement et/ou un sponsor peut prendre influence sur les performances des lutteurs individuellement. Est interdit la réunification de plusieurs lutteurs sous une même dénomination comme (groupe X, Y-Team, etc.) en dehors et au travers des structures officielles de l'AFLS (association régionale, cantonale et régionale bernoise, sous-association, sections et clubs)

L'AFLS, les associations régionales, les associations cantonales et régionales bernoises, les clubs et sections sont responsables pour faire respecter ce règlement dans leur domaine respectif.

Chaque lutteur, comme chaque membre du jury et fonctionnaire de l'AFLS, est lui-même responsable du respect des dispositions de l'article 3.

## 2 DOMAINE D'APPLICATION

Ce règlement est valable pour tous les lutteurs, tous les jeunes lutteurs, tout ceux qui ont été assurés à la Caisse de secours de l'AFLS (CS AFLS), fonctionnaires, associations des régions, associations cantonales, sous-associations Bernoises, clubs, sections, fêtes de lutte suisse et comités d'organisation dans tout le domaine de l'association, ainsi que pour les employés, respectivement personnes qui est en rapport à une autorité indiquées ci-avant.

Les lutteurs actifs reconnaissent les dispositions du règlement sur la publicité – ainsi que les statuts et tous les autres règlements et directives de l'AFLS – ce, en payant l'assurance auprès de la caisse de secours de l'Association Fédérale de Lutte Suisse (CS AFLS).

## 3 LUTTEURS, MEMBRES DU JURY AINSI QUE LES FONCTIONNAIRES MEMBRES DE L'AFLS

### 3.1 Vêtements aux fêtes de lutte suisse ou autres manifestations de lutte suisse, jurés ainsi que les fonctionnaires avec un rôle actif sur la place de fête

#### Sont autorisées:

- Les inscriptions de publicité (logos d'entreprises, marques, signes d'origine et logos) sur tous les habits portés, inclus les sacs à dos avec une surface totale de 90 cm<sup>2</sup>, pour les sponsors des Associations ou des clubs. Devoir de porter: L'habit avec les sponsors de l'association ou/et les sponsors des clubs doivent être porté à toutes les manifestations décidées par le comité concerné respectif. Cette décision doit respecter la hiérarchie des associations. Excepté les couvre-chefs (casquettes et chapeaux). Le comité compétent peut cependant décider de l'apparition visuelle (par exemple la couleur unitaire des couvre-chefs).
- L'inscription publicitaire de sponsors individuels (logos d'entreprises, marques, signes d'origine et logos) avec une surface totale de 90 cm<sup>2</sup>, sur tous les habits portés, y compris les sacs à dos, sauf aux habits de compétitions, par exemple habits de fêtes, pour les sponsors individuels. Les sponsors des Associations ou des clubs existants doivent être placés sans exception.

- Les impressions sur les couvre-chefs (casquettes et chapeaux) avec une surface maximale de 30 cm<sup>2</sup>, par couvre-chef.
- Les inscriptions de publicités (marques, signes d'origine et logos) des maisons d'articles de sport, ne sont pas des publicités supplémentaires, pour autant qu'elles ne dépassent 16 cm<sup>2</sup>.
- Les logos de clubs ou d'associations et les références aux sites web respectifs sont également autorisés.

#### **Sont interdites:**

- La publicité sur les tenues de compétition (entre-autres : pantalons, maillots de corps, chemises, tricot de corps, chaussettes, protège-tibias, protection des oreilles et de la tête)
- La publicité sur tous les habits de fête pour la remise des couronnes
- La publicité sur les habits et couvre-chefs des membres du jury et responsable des jurys pendant leur activité. Il est souhaitable que les responsables de la place de fête, les râteleurs et les jeunes numéroteurs soient libre de publicité durant leurs activités.
- La publicité visible sur le corps

### **3.2 Tenue et habillement des lutteurs durant la passe de lutte**

- Durant toute la durée de la passe, la tenue et l'équipement doit impérativement être libre de toutes publicités. Les logos des fabricants sont également interdits. À l'exception des chaussures commerciales standard.
- Les infractions peuvent être dénoncées par chaque fonctionnaire de l'AFSL auprès du responsable publicité dans un délai de 30 jours après la manifestation auprès du responsable de la publicité ou un membre ladite commission. La notification doit être accompagnée d'un document visuel approprié, tel qu'une photo ou une vidéo.

### **3.3 Cartes d'autographe et heures de signatures**

Pour la création de carte d'autographe les dispositions suivantes sont valables:

- La grandeur maximale de la carte d'autographes: Format A5

Sur la face recto, les inscriptions suivantes sont autorisées:

- Le nom et éventuellement les titres du lutteur,
- La photo de l'intéressé (sans aucune publicité),
- Le logo du club / section et association dont fait partie le lutteur.

Sur le verso, des inscriptions publicitaires sont autorisées.

Les séances de dédicace sont à utiliser pour faire de la publicité pour la lutte suisse. Seules les cartes d'autographes autorisées pourront être délivrées, si possible toujours inclure la présence du club, respectivement de l'association.

Lors d'annonces de séances de dédicaces, celles-ci doivent être conformes au sens du règlement «Publicité». Les honoraires et les frais appartiennent par principe aux signataires d'autographes.

### **3.4 Contrats de publicité individuels, campagnes publicitaires et de réclames des lutteurs, durée de l'obligation de verser un émoulement**

Les campagnes publicitaires et de réclames individuelles ainsi que les contrats de publicité des lutteurs nécessitent, pour être valables, l'autorisation du responsable de la publicité, de manière à ce que les prescriptions de règlement et les droits des lutteurs soient garantis.

Dans les campagnes publicitaires publiques, le lutteur est autorisé à :

- Apparaître en tenue officielle et avec une couronne, ou
- En tenue de compétition et en culotte de lutte (sans couronne). L'article 3.1 (points d'interdiction) s'applique par analogie.

Le 10% des honoraires convenus, respectivement payés, sont à verser pour le fonds des lutteurs espoirs de l'AFLS. A partir du 31 décembre suivant l'annonce officielle de l'arrêt de la lutte active, le taux de l'émolument à verser sera, pour les trois années suivantes, de 5% des honoraires convenus, respectivement payés. Après ce temps l'obligation de verser un émolument cesse. La facture sera établie en fonction du montant dû et du taux TVA applicable.

Pour les jeunes-lutteurs, des campagnes de publicités et de réclames ainsi que des contrats individuels ne sont pas autorisés.

### **3.5 Internet privé, professionnel, politique / CV Curriculum vitae**

A l'exception des dispositions de l'art. 3, la conception des sites internet des lutteurs et des responsables est libre. Les liens publiés doivent uniquement mener aux sites correspondants. En particulier, ces sites privés, professionnels ou politique ainsi que les CV, peuvent faire référence à l'activité sportive (lutte) et aux activités bénévoles actuelles ou passées dans l'AFLS, Associations régionales, Associations cantonales, clubs, sections, et les comités d'organisation (CO).

L'utilisation de photos et de vidéos montrant des activités liées à la lutte (en tant que sportif ou responsable), de culottes de lutte ou de couronne n'est pas autorisée dans le domaine politique. De plus, l'utilisation des termes et symboles protégés par l'AFLS (annexe au règlement) et également interdite.

## **4 AFLS, ASSOCIATIONS RÉGIONALES, ASSOCIATIONS, CLUBS ET SECTIONS**

L'AFLS, les associations régionales, les associations, les clubs et sections peuvent et doivent faire de la publicité pour leurs propres affaires. Sont valables:

### **4.1 Apparition publique**

Sur les panneaux publicitaires, enveloppes, annonces, etc., les logos des sponsors éventuels ne doivent pas dépasser le 15% de la surface.

Si des voitures sont mises à disposition, les sponsors peuvent être cités.

La création de sites Internet de l'AFLS, des associations régionales, des associations, des clubs et des sections, à l'exception des directives de l'article 3, est libre. Les liens disponibles doivent être dirigés exclusivement sur les pages Web correspondantes. Les liens supplémentaires et les codes QR menant à des sites web contenant des contenus politiques, religieux ou sexistes sont interdits.

### **4.2 Droit d'exclusivité**

Les sponsors qui soutiennent les activités des associations ou des clubs / sections, n'obtiennent pas l'exclusivité pour d'autres manifestations. En principe, les organisateurs des fêtes de lutte suisse peuvent se déterminer librement sur leurs sponsors et donateurs de prix.

## **5 FÊTES DE LUTTE SUISSE ET COMITÉS D'ORGANISATION: FÊTES À COURONNES ET FÊTES À CARACTÈRE FÉDÉRAL**

### **5.1 Responsabilité**

La responsabilité de faire respecter ce règlement aux fêtes à couronnes ou aux fêtes à caractère fédéral est l'association qui attribue cette fête de lutte suisse.

### **5.2 Arène de lutte suisse**

L'arène de lutte (emplacement des compétitions et emplacement des spectateurs) doit être complètement libre de publicité. La publicité active et des réclames visibles depuis l'arène de lutte sont interdites.

Avant une fête à couronne les responsables concernés en collaboration avec un représentant de la commission de publicité doivent examiner et remplir le formulaire ad oc (Mesures & vérifications de la place de fête / <https://esv.ch/fr/association/documents/>)

Les communiqués du speaker qui n'ont aucun lien avec la compétition ou l'organisation, ne sont pas autorisés. Exception faite pour la présentation des prix vivants. L'annonce nominative des sponsors principaux et des co-sponsors sont autorisés. Les annonces commerciales ne sont pas permises. La publicité sur les habits des fonctionnaires, qui sont en rapport avec la compétition, est régie par l'article 3.1 susmentionné.

Les culottes de lutte sont vierges de toute publicité. Le logo du comité d'organisation, ou par exemple de l'association ou du club est autorisé.

La publicité sur les habits des aides et des numéroteurs est limitée à 90 cm<sup>2</sup>. En plus les couvre-chefs (casquettes et chapeaux) peuvent avoir une impression maximale de 30 cm<sup>2</sup>, par couvre-chef. Le responsable de publicité doit recevoir un «bon à tirer».

Sur les grues mises en place par la société de production autorisée pour ce qui touche à la création filmée, les publicités existantes sur le mât télescopique peuvent être tolérées. Toutefois les grues doivent être placées à l'extérieur de l'arène.

### 5.3 Apparitions extérieures

Les affiches de fêtes de lutte à couronne et fête à caractère Fédéral peuvent contenir le logo des clubs, de l'association, sous-association et du club/association organisateur. A côté d'un sujet ou d'une photo qui attire l'attention sur la fête de lutte, un seul logo supplémentaire, celui du comité d'organisation, peut être mentionné. Cela s'applique également à la page de couverture du livret de fête. Le responsable de publicité doit recevoir un «bon à tirer».

Sur les dépliants, cartes de publicité et annonces, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 30% de la surface totale. Sur les enveloppes, papier à lettres et listes de résultats, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 15% de la surface totale. Le logo de l'association organisatrice doit également y figurer. Le responsable de publicité doit recevoir un «bon à tirer».

La création de site Internet par les comités d'organisation de fêtes de lutte est libre, à l'exception des directives de l'article 3. Les liens disponibles doivent être dirigés aux pages Web des sponsors.

En plus sont autorisés:

- La publicité et réclame sur les billets d'entrées.
- La présentation des sponsors en dehors de l'arène de lutte.
- La confection de sets de table avec l'autorisation des organisateurs.

## 6 FÊTES RÉGIONALES, DES CLUBS ET FÊTES DES ESPOIRS ET JEUNES LUTTEURS

### 6.1 Responsabilité

Est compétent du respect de ce règlement «Publicité» aux fêtes régionales de lutte suisse, des clubs ainsi qu'aux fêtes des espoirs et jeunes lutteurs, l'association ou le club qui l'organise ou qui l'attribue. Sont en vigueur, les mêmes directives que pour les fêtes à couronnes avec les exceptions suivantes:

### 6.2 Arène de lutte suisse

L'arène de lutte (emplacement des compétitions et emplacement des spectateurs) doit être autant que possible, complètement libre de publicité. Sont tolérés, à l'intérieur de l'arène, des parasols, des cantines ou d'autres moyens d'aide qui sont en rapport avec l'organisation ou lorsque la publicité est visible depuis l'arène de lutte. La publicité permanente est autorisée.

### 6.3 Apparitions extérieures

Sur les affiches, dépliants, cartes de publicité et annonces pour les fêtes de lutte suisse de clubs et journées de lutte suisse des espoirs, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 30% de la surface totale. Sur les enveloppes, papier à lettres et listes de résultats, la surface des sponsors ne doit pas dépasser le 15% de la surface totale. Le logo de l'association organisatrice ou clubs / sections, doit également y figurer.

## 7 DISPOSITIONS SPÉCIALES

### 7.1 Contrat avec la Société suisse de radiodiffusion et télévision SRF (SRG SSR)

Entre l'AFLS et la société suisse de radiodiffusion SRF (SRG SSR), les retransmissions radios et télévisées à propos de la lutte suisse, sont réglées dans un contrat spécial. Le règlement approprié n'est pas soumis au règlement susmentionné.

### 7.2 Protection de la personnalité

Lutteurs, jeunes lutteurs, jurys, fonctionnaires ainsi que bénévoles ou des personnes dirigées par les associations, cantons, sous-associations bernoises, clubs, sections, fêtes de lutte et comités d'organisation dans tout le territoire de l'association, acceptent sans réserve l'utilisation des images, de toutes sortes (par ex. réseaux sociaux), prises à des fêtes ou tout autre événement lié à la lutte suisse. Cette utilisation est libre, sans restriction et aucune rémunération ne pourra être demandées. (par exemple pour le calendrier des lutteurs, pour l'utilisation par leurs sponsors, etc.).

### 7.3 Participation à des activités de promotion

Lutteurs, jeunes lutteurs, jurys, fonctionnaires s'engagent de donner des interviews ou des entretiens aux personnes des médias accrédités aux fêtes de lutte ou tout autre événement lié à la lutte suisse, devant les panneaux publicitaires prévus à cet effet dans les zones mixtes ou dans les salles prévues pour ce cas de figure.

## 8 RESPONSABLE DE LA PUBLICITÉ, COMMISSION DE PUBLICITÉ ET COMMISSION DE RECOURS

### 8.1 Les organes

Les organes d'application de ce règlement sont:

- Le responsable de la publicité
- La commission de publicité
- La commission de recours

### 8.2 Le responsable de la publicité

Le responsable de la publicité est élu, sur proposition du Comité Central (CC), par l'Assemblée des délégués (AD) pour une durée renouvelable de trois ans. Le responsable publicité en charge garanti l'application uniforme du présent règlement dans toute la zone de l'AFLS. Le responsable publicité rapporte périodiquement à la commission publicité, la commission de recours et au CC sur ses activités.

En particulier, il a les devoirs et compétences suivantes:

- Il est l'interlocuteur des lutteurs, fonctionnaires, Associations et organisateurs de fêtes de lutte suisse, pour les questions portant sur l'interprétation de ce règlement.
- Il conseille les lutteurs, fonctionnaires, Associations et organisateurs de fêtes de lutte suisse, lors de la transposition de mesures relatives à la publicité.
- Il examine toutes les demandes et fourni les renseignements sollicités
- Il délivre les autorisations dans le domaine du règlement, avec orientation écrite à l'association régionale concernée.
- Il décrète les règlements sur les directives susmentionnées en accord avec le CC.
- Il contrôle et approuve les contrats publicitaires des lutteurs.
- Il calcule chaque automne le montant des redevances publicitaires par lutteur et adresse les factures correspondantes.
- Il rédige un rapport annuel sur ses activités auprès de la commission de publicité, de la commission de recours et du CC

Toute décision négative du responsable de la publicité peut faire l'objet d'un recours écrit qui doit être adressé à la Commission de la publicité dans les 10 jours qui suivent l'ouverture de la décision. Le recours doit contenir une proposition et doit brièvement être justifié.

### 8.3 La commission de publicité

La commission de publicité est élue, sur proposition du CC, par l'AD pour une durée renouvelable de trois ans. Elle se compose d'un représentant de chaque association régionale. À l'exception de l'élection du président par l'AD elle se constitue elle-même.

La commission de publicité est l'instance de recours pour les décisions négatives du responsable de la publicité et elle sanctionne les infractions contre ce règlement.

Toute décision de la commission de publicité peut faire l'objet d'un recours écrit qui doit être adressé à la Commission de recours dans les 20 jours qui suivent l'ouverture de la décision. Le recours doit contenir une proposition et doit brièvement être justifié.

### 8.4 La commission de recours

La commission de recours est élue, sur proposition du CC, par l'AD pour une durée renouvelable de trois ans. Elle se compose de trois membres provenant d'associations régionales différentes.

Les membres de la commission de recours ne peuvent en même temps appartenir ni à d'autres organes de l'AFLS ni à un comité d'une association régionale, cantonale ou à une sous-association bernoise.

La commission de recours est l'instance de recours pour les décisions de la commission de publicité. Elle décide de manière définitive.

Les décisions sont à transmettre par écrit aux différentes parties ainsi qu'au comité central.

### 8.5 Procédure

La procédure devant la commission de publicité et de la commission de recours est réglée dans le règlement de procédure de la commission publicité. Le manuel est établi par les deux organes.

Dans le règlement de procédure de la commission publicité est également réglé les droits de signature du responsable de la publicité, de la commission de publicité et de la commission de recours.

## 9 SANCTIONS

### 9.1 Lutteurs, membres de jury et fonctionnaires

Les lutteurs, membres de jury et fonctionnaires qui ont enfreint ce règlement, seront condamné une amende minimum de CHF 500.–. L'amende ne peut pas excéder le montant effectif de la publicité, touché par le lutteur, respectivement le membre de jury ou le fonctionnaire. Pour des infractions mineures en lieu et place d'une amende, un avertissement écrit pourra être adressé ou cela peut aussi être fait sous la forme d'un avertissement oral.

En cas de récidive, un délai ou une suspension complète des droits, pourra être ordonné en plus.

### 9.2 Infractions vis-à-vis de l'interdiction de publicité durant la passe de lutte

Le lutteur fautif peut être exclu pour la saison suivante de toutes les fêtes de lutte à couronne en dehors de sa propre Association, ainsi que pour toutes les fêtes alpestres à couronne. La sanction est transmise par écrit au lutteur. De plus, la sanction fera l'objet d'une publication sur le site internet de l'AFLS.

Les infractions mineures seront sanctionnées par la Commission de publicité conformément à l'article 43.4 des statuts.

En cas de récidive, dans la même saison par un lutteur en vertu de l'art. 3.2, il sera, en plus, immédiatement sanctionné d'interdiction à la fête à caractère fédéral qui suivra (FFLS, fête de jubilé, JFLE, Kilchberg et Unspunnen). Cette sanction est effective pour l'année courante et la saison suivante.

En cas d'infraction de l'art. 3.2 du règlement sur la publicité, la commission de publicité peut proposer au CC d'interdire le lutteur fautif de participer aux fêtes à couronnes en dehors de son association lors de la saison suivante. La sanction est communiquée par écrit au lutteur concerné. De plus, l'interdiction prononcée est publiée dans l'organe officielle de l'AFLS.

En cas d'infraction légère ou modérée de ce règlement, la commission de publicité sanctionne par un avertissement ou une amende conformément à l'art. 43.4 des statuts.

En cas d'infraction grave, la commission de publicité, après avoir consulté le CC, sanctionne par une suspension des droits le lutteur (par exemple : suspension d'activité ou une exclusion conformément à l'art. 43.4 des statuts).

Aucun effet suspensif n'est admis en cas de recours.

### 9.3 Associations régionales, associations, clubs et sections

Les associations régionales, associations, clubs et sections qui ont enfreint ce règlement, ou n'auront pas pris leurs responsabilités seront condamnés à une amende de CHF 100.– jusqu'à CHF 10'000.–.

Pour des infractions mineures en lieu et place d'une amende, un avertissement écrit pourra être adressé ou cela peut aussi être fait sous la forme d'un avertissement oral.

En cas de récidive, le montant de l'amende peut être doublé.

### 9.4 L'utilisation des amendes

Le CC décide de l'utilisation de l'argent provenant d'éventuelles amendes.

## 10 DISPOSITIONS FINALES

### 10.1 Approbation et entrée en vigueur

Ce règlement a été approuvé lors de la séance du CC du 7 décembre 2024 à Suhr. Il entre en vigueur immédiatement et remplace les versions précédentes.

Bönigen / Ersigen, le 7 décembre 2024

#### Association fédérale de lutte suisse



Markus Lauener  
Obmann



Rolf Gasser  
Secrétaire général



**Introduction**

Se basant sur l'art. 8.5 du Règlement de publicité de l'AFSL, la Commission de publicité et la Commission de recours édictent le Règlement suivant:

**I DISPOSITIONS GÉNÉRALES ET PRINCIPES DE PROCÉDURE****1 Champ d'application**

1 Les prescriptions de ce Règlement règlent les pratiques de l'AFSL concernant le Règlement de publicité.

2 Elles seront appliquées aux procédures portant sur les:

- a) violations contre le Règlement de publicité (procédure de sanctions);
- b) recours contre les décisions de refus d'autorisations émises par le responsable de la publicité, selon l'art. 8.2 alinéa 2 du Règlement de publicité, ainsi que contre les décisions de la Commission de publicité selon l'art. 8.3 du Règlement de publicité.

**2 Organes juridictionnels**

Les organes juridictionnels de l'AFSL dans le domaine de la publicité sont:

- a) la Commission de publicité (art. 8.3 du Règlement de publicité)
- b) la Commission de recours (art. 8.4 du Règlement de publicité)

**3 Parties**

1 La partie à la procédure de sanctions est le lutteur, l'arbitre, le fonctionnaire respectivement les représentants autorisés des associations, clubs, sections, comités de fêtes de lutte et comités d'organisation accusés (ci-après: personne accusée); dans la procédure de recours, la partie est la personne concernée directement.

2 Une partie peut librement faire appel à un conseiller juridique pour défendre ses intérêts, à ses frais.

**4 Lieu et langue de la procédure**

1 Le lieu de la procédure sera défini par le président de la Commission de publicité resp. de la Commission de recours.

2 La procédure orale et écrite est menée dans l'une des langues nationales.

**5 Adresse de notification**

Toutes les correspondances écrites adressées aux organes juridictionnels sont à envoyer au secrétariat de l'AFSL, qui est responsable de les transmettre à l'organe juridictionnel compétent.

**6 Déroulement rapide de la procédure**

Les organes juridictionnels doivent traiter avec célérité les dossiers qui leur sont transmis.

**7 Prise de décisions**

Pour prendre une décision, la présence d'une majorité des membres de l'organe juridictionnel concerné est nécessaire. Les décisions se prennent à la majorité des membres présents. Les membres présents ne peuvent s'abstenir de voter. En cas d'égalité, le président décide.

**8 Secret/publication des décisions**

1 Les membres des organes juridictionnels doivent garder secret tout ce qu'ils apprennent dans le cadre de leurs fonctions. Ils sont en particulier tenus au secret des délibérations.

2 Les décisions entrées en force peuvent être publiées dans le journal officiel de l'AFLS, le Journal des lutteurs, en respectant les droits de la personnalité de toutes les personnes concernées (art. 7.2 du Règlement de la publicité).

3 Les débats devant les organes juridictionnels ne sont pas publics.

### **9 Récusation**

1 Un membre de l'organe juridictionnel doit se récuser dans les dossiers où lui ou un de ses proches ou une association proche de lui est concerné. Lorsqu'un membre d'un organe juridictionnel a connaissance d'un motif de récusation le concernant, il doit en informer immédiatement le président et se récuser.

2 Un membre d'un organe juridictionnel peut être récusé s'ils existe des doutes sur son impartialité dans l'affaire traitée.

3 Le président de l'organe juridictionnel compétent décide sur l'existence d'un motif de récusation. Si le président lui-même est concerné, c'est son remplaçant qui décide. La décision de récusation peut être attaquée ensemble avec la décision finale.

### **10 Mesures provisionnelles**

En cas de nécessité, l'organe juridictionnel compétent prend les mesures provisionnelles nécessaires. En cas d'urgence, le président de l'organe juridictionnel concerné est compétent pour prendre lesdites mesures.

### **11 Calcul des délais/Défaut d'une partie**

1 Un délai commence à courir le jour suivant la notification d'un document.

2 Si le dernier jour du délai est un samedi, un dimanche ou un jour férié légal dans le canton concerné, le délai expire le premier jour ouvrable qui suit.

3 Les actes écrits doivent être remis à la poste suisse au plus tard avant 18.00 heures le dernier jour du délai. Les Fax et e-mails ne sont pas considérés comme des actes écrits.

4 En cas d'absence à une audience d'une partie dûment convoquée, la procédure suit son cours. Si la procédure n'est pas terminée, la partie défaillante doit de nouveau être convoquée à la prochaine audience.

### **12 Conclusions des parties**

Les organes juridictionnels ne sont pas liés par les conclusions des parties. De nouvelles allégations, de nouveaux moyens de preuves et de nouvelles conclusions dans une procédure de recours ne sont que valables si la partie peut rendre vraisemblable qu'elle ne pouvait les faire valoir avant sans faute de sa part.

### **13 Contenu des décisions**

1 Chaque décision d'un organe juridictionnel contient les éléments suivants:

- a) la décision (dispositif)
- b) un résumé de l'état de fait
- c) un bref exposé des motifs
- d) l'indication expresse des possibilités de recours avec mention de l'instance de recours et le délai de recours (voie de recours).

2 Si l'indication de la voie de recours manque, le délai ne commence pas à courir.

**14 Notification et validité des décisions**

- 1 Les décisions sont notifiées aux parties par lettre recommandée.
- 2 En cas d'urgence, il est possible de notifier aux parties d'abord le dispositif uniquement et ensuite dans un délai convenable l'exposé des motifs.
- 3 Dans les cas où seul le dispositif est d'abord notifié, le délai de recours commence à courir le jour suivant sa notification. La motivation d'un recours doit être envoyée dans un délai de 20 jours suivant la notification de l'exposé des motifs.

**15 Frais et dépens des parties**

- 1 Les frais de procédure, composés des frais effectifs et d'un forfait jusqu'à CHF 2'000.00, sont raisonnablement mis à la charge des parties en fonction du sort de la procédure et facturés par le secrétariat de l'AFLS.
- 2 Les organes juridictionnels concernés peuvent demander des avances de frais appropriées.
- 3 Il n'est pas alloué aux parties de dépens ou de montants pour leur représentation par des professionnels.

**II PROCÉDURE DE SANCTIONS****16 Ouverture de la procédure**

- 1 Suite à une dénonciation d'infraction contre le Règlement de publicité auprès de la Commission de publicité, le président de la Commission de publicité ouvre une procédure contre la personne accusée et l'invite à prendre position par écrit ou oralement.
- 2 Sont autorisés à dénoncer des infractions: les membres du comité de l'AFLS, les membres des associations régionales, cantonales et des régions bernoises, ainsi que les membres honoraires de l'AFLS. Le responsable de la publicité et les membres de la Commission de publicité peuvent également en prendre l'initiative. La dénonciation d'infraction doit être adressée au président de la Commission de publicité par écrit et être documentée (par ex. photos).

**17 Procédure simplifiée**

- 1 Si la Commission de publicité considère que, sur la base de la prise de position écrite ou orale de la partie accusée selon l'art. 16 alinéa 1, l'état de fait est suffisamment établi, elle rend une décision par écrit, qui ne doit pas être motivée.
- 2 La partie accusée peut faire opposition contre la décision prise en procédure simplifiée dans un délai de 5 jours à partir de sa notification. L'opposition doit être adressée par écrit au président de la Commission de publicité.
- 3 En cas d'opposition, la procédure ordinaire selon l'art. 18 et suivants s'applique.

**18 Procédure ordinaire**

- 1 Si nécessaire, une procédure d'instruction est menée conformément à l'art. 19 et suivants du présent Règlement. Elle sert à établir l'état de fait et à obtenir les preuves nécessaires à une évaluation.
- 2 Le président peut mener lui-même cette instruction ou désigner un responsable de l'instruction (membre de la Commission de publicité).
- 3 La suite d'une éventuelle instruction est réglée selon l'art. 23.

**19 Principe d’instruction**

1 Le responsable de l’instruction administre d’office les preuves nécessaires. Il n’est pas lié aux conclusions de la partie accusée.

2 La personne accusée est tenue de collaborer à l’établissement de l’état de fait et doit faire ses déclarations conformément à la vérité. Si elle refuse de collaborer raisonnablement à l’administration des preuves, la Commission de publicité peut rendre une décision sur la base du dossier existant.

**20 Prise de position personnelle**

Le responsable de l’instruction doit permettre à la personne accusée de prendre position par écrit ou oral au minimum une fois. La personne accusée peut demander un procès-verbal de ses déclarations. La procédure contre la partie absente selon l’art. 11 reste réservée (défaut d’une partie).

**21 Moyens de preuves**

Selon besoin, le responsable de l’instruction interroge les témoins, demande des compléments des actes déposés par la personne accusée, demande des expertises et procède à des inspections. D’autres moyens de preuves demeurent réservés, tels que les images de télévision, enregistrements vidéos, textes publicitaires et photos.

**22 Fin de l’instruction**

1 Si le responsable de l’instruction considère que le dossier est complet, il accorde à la personne accusée un délai raisonnable pour examiner le dossier et prendre position.

2 Le responsable de l’instruction assure l’accessibilité du dossier à la personne accusée. Les dossiers peuvent être remis aux avocats mandatés avec une procuration écrite de la partie concernée.

3 Le responsable de l’instruction décide des suites à donner aux éventuelles demandes de compléments. En cas de refus, il annonce sa décision au demandeur en lui indiquant que des demandes de preuves peuvent être réitérées devant la Commission de publicité selon l’art. 24.

**23 Débats principaux**

1 Au terme de l’instruction, le responsable de l’instruction transmet le dossier au président de la Commission de publicité. Le président le fait circuler auprès des membres de la Commission de publicité, fixe le lieu et la date des débats principaux et convoque les parties concernées.

2 Les convocations sont à envoyer en principe sept jours avant les débats par lettre recommandée. La convocation doit mentionner si un complément de preuves selon l’art. 24 est prévu.

**24 Complément de preuves**

1. La Commission de publicité peut compléter l’administration des preuves d’office ou sur demande de la personne accusée:

- par la répétition de mesures probatoires déjà prises par le responsable de l’instruction;
- par la prise en considération d’autres moyens de preuves qui avaient été demandés, mais refusés par le responsable de l’instruction.

2. Si un complément de preuves n’est pas possible pendant les débats principaux, la Commission de publicité peut mandater le responsable de l’instruction de le faire.

**25 Plaidoiries**

Au terme de l'administration des preuves, la personne accusée a le droit de plaider oralement.

**26 Décision**

La décision consiste en l'acquittement ou la condamnation. En cas de condamnation, la Commission de publicité peut prononcer les sanctions prévues dans le Règlement de publicité.

**III PROCÉDURE DE RECOURS****27 Dépôt du recours**

Les recours au sens de l'art. 1 alinéa 2, lettre b du présent Règlement doivent être déposés au bureau de l'AFLS dans le délai prévu à l'art. 8.2 resp. 8.3 du Règlement de publicité.

**28 Exigences formelles**

1 Tous les recours sont à déposer par lettre recommandée. Ils doivent contenir: une conclusion, une brève description de l'état de fait et la motivation de la demande, les moyens de preuves, les demandes de preuves et la signature valable du recourant.

2 Les recours qui contiennent des défauts formels sont retournés aux recourants en leur impartissant un bref délai pour les corriger et en leur signalant qu'à défaut il ne sera pas entré en matière sur leur recours.

**29 Procédure**

1 L'instance de recours adresse le recours à l'instance qui a pris la décision attaquée en lui impartissant un délai de huit jours pour prendre position.

2 La partie recourante reçoit une copie de la prise de position.

3 Les instances de recours décident en principe sur la base des pièces existantes.

4 Si nécessaire, des débats oraux, des interrogatoires de parties, des comparutions de témoins, etc. peuvent avoir lieu. Un protocole est à établir pour tous débats oraux.

**30 Contenu des décisions**

1 Si un recours est accepté, l'instance de recours annule la décision attaquée et rend une nouvelle décision.

2 Exceptionnellement, l'instance de recours peut retourner l'affaire à l'instance inférieure pour qu'elle prenne une nouvelle décision dans le sens des considérants de l'instance de recours.

3 Toutes les décisions entrent en force au terme du délai de recours non utilisé ou, lorsqu'il n'y a pas de possibilité de recours, après le prononcé oral ou écrit de la décision.

#### IV DISPOSITIONS FINALES

##### 31 Règlement des signatures

Pour les organes juridictionnels selon l'art. 2 signent les présidents respectifs avec un autre membre. Le responsable de la publicité signe seul.

##### 32 Entrée en vigueur

Le présent Règlement a été approuvé lors de la séance commune de la Commission de publicité et de la Commission de recours le 30 octobre 2013 à Wangen a/A. Il remplace celui du 5 mars 2010 et entre immédiatement en vigueur.

En cas de différences entre les textes allemand et français, c'est la version allemande qui fait foi.

##### Au nom de la Commission de publicité:

Robert Indergand

J.C. Althaus



Président



Membre

##### Au nom de la Commission de recours:

Marcel May

Martin Bärtschi



Président



Membre



**RÈGLEMENT DE PROCÉDURE DE LA COMMISSION DE PUBLICITÉ ET DE LA  
COMMISSION DE RECOURS**

## CONTACT

Responsable de la publicité de  
l'Association Fédérale de Lutte Suisse  
Rumendingenstrasse 1  
3423 Ersigen  
Mobile 079 222 54 92  
geschaeftsstelle@esv.ch  
www.esv.ch

Le présent manuel peut être téléchargé  
en ligne sous:  
[www.esv.ch/verband/dokumente](http://www.esv.ch/verband/dokumente)

Traduction

En cas de litige sur la partie française de ce manuel,  
la version allemande fait foi.