

NORGES SEILFORBUNDS

MARKEDSREGLEMENT

Vedtatt av forbundsstyret (dato) 2017

KAPITTEL 1 GENERELLE BESTEMMELSER

§ 1 Virkeområde, formål og omfang

Dette markedsreglementet gjelder for Norges Seilforbund (NSF), dets organisasjonsledd (seilforeninger, seilkretser og klasseklubber) og enkeltmedlemmer.

Reglementets formål er å regulere det interne rettighetsforholdet mellom NSF, dets organisasjonsledd og enkeltmedlemmer, regulere vilkårene for samarbeid med næringslivet (kommersielle aktører) samt ivareta idrettens særtrekk og ideelle verdigrunnlag.

Reglementet er gitt i medhold av NIFs lov § 13-3 (5), og er utformet i henhold til NIFs lov kapittel 13 (Avtaler og samarbeid mellom idrettens organisasjonsledd og næringslivet) og kapittel 14 (Idrettens markeds- og rettighetsbestemmelser) og World Sailings til enhver tid gjeldende reklameregler (Regulation 20 Advertising code) og den enkelte nasjonale og internasjonale klasseklubbs regelverk.

Reglementet kan kun endres av forbundsstyret.

§ 2 Rett til å inngå avtaler

Retten til å inngå markedsavtaler tilhører idrettens organisasjonsledd. Som markedsavtale regnes enhver avtale som gir et rettssubjekt rett til å utnytte et organisasjonsledd og/eller dets tilknyttede utøvere i sin markedsføring eller øvrige virksomhet.

Et organisasjonsledd kan tillate at en utøver gis rett til å inngå egne markedsavtaler innenfor de rammer som følger av dette reglementet. Dette gjelder både utøvere som er medlem i et idrettslag og utøvere som deltar på landslag eller har andre representasjonsoppgaver. Norges Seilforbund skal godkjenne slike avtaler og besørge at det mottar en rimelig andel av de inntekter utøvernes egne markedsavtaler genererer.

Innenfor de begrensninger som følger av NIFs regelverk og Norges Seilforbunds rammer, har utøver selv eiendomsretten til eget navn, bilde og signatur.

Norges Seilforbund har i særlige tilfeller (f eks i kontrollformål) innsynsrett i markedsavtaler med næringslivet inngått av underordnet organisasjonsledd.

§ 3 Utøvers medvirkning og forbeholdsrett

Et organisasjonsledd kan i rimelig utstrekning kreve at deres tilknyttede utøvere medvirker i gjennomføringen av markedsavtaler mellom organisasjonsleddet og næringslivet.

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

- medvirkningens omfang, herunder hensynet til utøverens personlige integritet og privatlivets fred,
- den godtgjørelse eller andre fordeler utøveren har hatt eller får gjennom tilknytningen til organisasjonsleddet
- hensynet til solidaritet mellom særforbundets tilrettelegging av elite- og breddeidretten.

En utøver kan ta forbehold om ikke å bli benyttet i markedsføring dersom slik medvirkning vil stride mot utøverens etiske eller moralske overbevisning.

Alle avtaler som omfatter utbetaling av godtgjørelse til utøvere som medvirker, skal inneholde bestemmelse om at sponsorstøtte til utøver som omfattes av avtalen, faller bort dersom utøver blir dømt for brudd på dopingbestemmelser som er i samsvar med World Anti-Doping Code.

§ 4 Krav til avtaler med næringslivet

Alle avtaler skal være i henhold til NIFs lov og norsk lovgivning (f eks lov om pengespill, alkoholloven og tobakkskadeloven).

Ved inngåelse av avtaler og etablering av samarbeid med næringslivet skal Norges Seilforbund og tilsluttede organisasjonsledd ta vare på sin frie stilling, herunder opprettholde sin posisjon som et selveiende og frittstående rettssubjekt.

Organisasjonsleddene skal beholde bestemmende myndighet over alle forhold knyttet til medlemskapet og den sportslige aktiviteten

Avtaler og samarbeid mellom idretten og næringslivet skal være i overensstemmelse med idrettens regelverk og etiske grunnverdier.

Reklame og markedsføring tilknyttet idretten skal ikke stride mot NIFs formål eller idrettens etiske grunnverdier. Firma-/produkt navn må ikke brukes i navnet til offisielle norgesmesterskapskonkurranser.

En henvisning til idrettens regelverk skal inntas i alle avtaler/samarbeidsforhold, og det skal der fremkomme at bestemmelser i tilfelle motstrid skal fortolkes i samsvar med idrettens regelverk. Organisasjonsledd skal gjøre avtalemotpart/samarbeidspartner oppmerksom på idrettens regelverk.

§ 5 Rettigheter til idrettsarrangementer

Det organisasjonsledd som arrangerer et idrettsarrangement, har eiendomsretten til dette med tilhørende aktiviteter, så langt det ikke er i strid med Norges Seilforbunds rettigheter.

Norges Seilforbund har eiendomsretten til de særvidretsarrangementer det selv arrangerer og til særvidretsarrangementer som er en del av et arrangementssystem regulert av særforbundets regelverk. Dette omfatter blant annet norgesmesterskapene. NSF kan lisensiere ut markedsrettighetene til de seilforeningene som skal bistå med gjennomføringen av de arrangementene NSF eier. Dette gjennomføres ved en skriftlig arrangøravtale som regulerer partenes rettigheter.

Eiendomsretten til et idrettsarrangement innebærer blant annet rett til å stille betingelser for deltakelse, rett til å kreve vederlag fra publikum og rett til å utnytte de økonomiske muligheter som arrangementet gir grunnlag for, herunder medierettigheter.

Organisasjonsledd som samarbeider med annet rettssubjekt om et idrettsarrangement skal besørge at arrangementet er underlagt og gjennomføres i henhold til idrettens regelverk. Organisasjonsleddet skal besørge at det får en rimelig andel av de inntekter arrangementet genererer. Samarbeidet skal reguleres skriftlig og overordnet organisasjonsledd har rett til innsyn i alle avtaler og dokumenter knyttet til arrangementet og samarbeidet.

Arrangørreklame er regulert i World Sailing regulation 20.

§ 6 Medierettigheter

Med medierettigheter forstås rett til å oppta, overføre eller videreformidle lyd, bilde, tekst og liknende fra et idrettsarrangement via tv, radio, internett eller på annen måte.

NSF innehar medierettighetene knyttet til de arrangementer NSF har eiendomsretten til, jf. § 5. Avtaler om medierettighetene skal inngås av det NSF's styre.

De organisasjonsledd som deltar i arrangementer som eies av NSF og som gir medieinntekter, har krav på en rimelig godtgjørelse for sin deltakelse. Ved denne vurderingen skal det blant annet legges vekt på medvirkningens omfang og hensynet til solidaritet mellom særforbundets medlemmer.

§ 7 Rettigheter til å utnytte utøvere i markedsavtaler

Organisasjonsleddene eier samtlige markedsrettigheter som omfattes av deres virksomhet med de begrensninger som fremgår av denne bestemmelsen. Organisasjonsledd som benytter utøvere i sine markedsavtaler plikter å ha gyldig reklamelisens for disse.

NSF eier samtlige markedsrettigheter som omfattes av landslagsvirksomheten, herunder blant annet alle rettigheter knyttet til markedsføring av de utøverne som til enhver tid er uttatt på landslaget.

Organisasjonsledd som har landslagsutøver som medlem og som ønsker å benytte denne i sin markedsføring, skal innhente NSF's skriftlige forhåndsamtykke før avtale inngås. NSF kan nekte godkjenning eller sette vilkår for godkjenning ved saklig grunn.

KAPITTEL 2 LISENSIERING AV RETTIGHETER/REKLAMELISENS

§ 8 Lisensiering av rettigheter

NSF tillater at sponsorobjekt jf. § 13 gis rett til å inngå egne markedsavtaler innenfor de rammer som følger av dette reglementet, jf. § 2 (2).

Sponsorobjektet er forpliktet til å benytte NSF's standard sponsoravtale og må ha gyldig reklamelisens. Avtalen skal være maksimalt 1 år. Avtaleparter er sponsor og sponsorobjekt. NSF er ikke avtalepart.

NSF skal registrere slike avtaler og besørge at det mottar en rimelig andel av de inntekter sponsorobjektets markedsavtaler genererer (reklamelisens).

Tillatelse etter denne bestemmelsen gis kun for utøvere etter fylte 16 år.

Reklame kan kun vises i henhold til World Sailings reklameregler, internasjonale klasseregler samt NIFs og NSF's regler og vedtak.

§ 9 Reklamelisens

Det er ikke tillatt å vise noen form for reklame - nasjonalt og/eller internasjonalt - før reklamelisens er utstedt av NSF.

Sponsorobjekt plikter å fremvise gyldig reklamelisens før regattastart. Dersom sponsorobjekt ikke kan fremvise gyldig reklamelisens plikter arrangør å innrapportere forholdet til NSF. En arrangør kan ikke avvise en båt på grunn av manglende reklamelisens dersom båten eller deltageren fyller kravene i ISAFs reklameregler.

Lisensen utstedes av Norges Seilforbund så snart lisensavgift + mva til NSF er innbetalt og kontrakten er mottatt av NSF i underskrevet stand.

I lisensen skal angis reklamens maks. omfang og antall (navngitt) firma/produkter det kan reklameres for. Endringer krever ny lisens. NB! Det gjøres oppmerksom på at enkelte internasjonale klasser kan ha egne bestemmelser som i skjerpene retning kan avvike fra disse generelle bestemmelser.

Reklamelisens skal forevises arrangør før regattastart.

Lisensavgiften fastsettes ut i fra båtens størrelse basert på følgende satser:

Båter opp til 6,99 meter kr. 950,-

Båter 7 – 11,99 meter kr. 3.100,-

Båter 12 – 16,99 meter kr. 4.900,-

Båter fra og med 17 meter kr. 8.200

Beløpene er eks. mva.

§ 10 Brudd på bestemmelser om reklamelisens

NSF's styre skal nedsette et utvalg som behandler saker etter denne bestemmelsen.

Ved brudd på bestemmelsene om reklamelisens kan utvalget ilegge følgende sanksjoner, jf. NIFs lov § 11-1 (alminnelige disiplinærforføyninger):

- a) Dobbel lisensavgift ved første gangs overtredelse
- b) Tap av retten til å delta i regatta i inntil én måned ved andre gangs overtredelse

Ved tredje gangs overtredelse skal utvalget vurdere om saken skal begjæres påtalt til idrettens domsutvalg med påstand om straff som følge av brudd på NIFs lovs straffebestemmelser. Utvalget innstiller til forbundsstyret, som eventuelt vedtar påtale.

Saker etter denne bestemmelsen skal være undergitt forsvarlig saksbehandling, hensett til forseelsens art og alvorlighet, graden av skyld og reaksjonens strenghet.

KAPITTEL 3 SPONSORREGLER

§ 11 Sponsor

Sponsor er en person, selskap, sammenslutning, stiftelse, forening, organisasjon e.l., som yter bistand av økonomisk karakter (sponsormidler) til en idrettsutøver eller gruppe av idrettsutøvere eller en idrettslig aktivitet og hvor hensikten er å oppnå fordeler av forretningsmessig art til gjengjeld. NSF avgjør på fritt grunnlag om hensikten er å oppnå fordeler til gjengjeld.

Er sponsor et firma kan det kun reklameres for firmaets hovednavn, en undergruppe eller et produkt om gangen. Dvs. hvert enkelt eksponeringsnavn teller som enkeltstående reklame og krever egen lisens.

§ 12 Sponsormidler

Sponsormidler er den bistand som idrettsutøvere mottar av en sponsor. Sponsormidler kategoriseres normalt som følger:

- a) Kontanter
- b) Formuesgjenstander som gis eller stilles til disposisjon
- c) Tjenester.

Som tjenester regnes reiser, opphold, transport og frakt, forsikringer, marinatjenester m.v.

- d) Rentefordel på lån hvor renten avviker fra bankens gjennomsnittsrente på tilsvarende lån.

§ 13 Sponsorobjekt

Sponsorobjekt er:

- a) en person
- b) en gruppe personer (for eksempel lag på en båt)
- c) et selskap, stiftelse, forening, sammenslutning, organisasjon e.l. som driver seilspport og i den sammenheng mottar sponsormidler i.h.t. sponsorkontrakt.

§ 14 Sponsorkontrakt

Sponsor og sponsorobjekt skal benytte NSF's standard sponsorkontrakt. Denne kontrakten kalles sponsorkontrakt, og den skal bl.a. omfatte:

- Sponsorobjekt
- Reklamens og eksponeringens omfang og karakter. Merk at reklamen ikke må være i strid med World Sailings Regulation 20 Advertising Code, som inkluderer arrangørreklame og de enkelte klasseklubbens reklame. Det må angis hvilken profilering sponsorene har rett til på båt/klær/ utstyr. Merk at både Regulation 20 Advertising Code og de enkelte klasseklubbene har begrensninger som avtalen må hensynta.
- Tidsmessig angivelse av sponsorperioden. Dersom ikke annet er angitt, ut kalenderåret.
- Beløp

- Avgiftsgrunnlag og art (kontanter/naturalia)
- Om materiell eller andre ytelser som har økonomisk verdi inngår, skal verdi angis. NSF kan forlange fremlagt dokumentasjon for slike ytelsers verdi
- Hvem som skal være eier av det utstyr eller materiell som blir innkjøpt ved hjelp av sponsormidler i kontraktperioden
- Hvordan det skal forholdes mht. utstyr, materiell og goder som har økonomisk verdi og som stammer fra sponsormidlene, etter at kontraktperioden er utløpt - konsekvenser ved mislighold
- Henvisning til idrettens regelverk
- Henvisning til idrettens dopingregler

Sponsorkontrakten signeres av sponsor og sponsorobjekt, og sendes til NSF for registrering og utstedelse av reklamelisens.

NSF kan utstede særskilt lisens etter konkret vurdering for prosjekter som vil delta i seilaser og arrangementer av særdeles kommersiell karakter.

§ 15 Anvendelse av sponsormidler

Sponsormidler kan anvendes til:

- a) Reiser og opphold i forbindelse med trening og nasjonale og internasjonale konkurranser o.l. for de personer som har nødvendig tilknytning til aktivitetens utførelse.
- b) Frakt av båt og utstyr
- c) Deltakeravgift
- d) Driftsutgifter, som eksempelvis reparasjon, vedlikehold, optimalisering, fornying og utskiftning av utstyr som har tilknytning til aktiviteten.
- e) Forsikring av person, båt og utstyr samt annet som har en naturlig tilknytning til aktiviteten.

NSF kan samtykke til annen anvendelse av sponsormidler dersom særlige grunner tilsier det, og det ikke vil være i strid med til enhver tid gjeldende regler i idretten eller samfunnet for øvrig.

§ 16 Merverdiavgift

Det skal beregnes merverdiavgift av lisensavgiften etter de til enhver tid gjeldende regler. Sponsor og sponsorobjekt er ansvarlig for at pliktig merverdiavgift er betalt. I tilfeller hvor det ikke utbetales et direkte vederlag, beregnes vederlaget til markedsverdi. Hvis sponsoravtalen medfører plikt til å betale skatt/avgift som ikke er betalt av sponsor/- objekt, skal disse dekkes av sponsorbøyet uten reduksjon av NSF's avgift.

§ 17 Lønnsinnberetning

Sponsor og sponsorobjekt er ansvarlig for dokumentasjon og lønnsinnberetning, skattetrekk og eventuell beregning og innbetaling av arbeidsgiveravgift i forbindelse med utbetalinger knyttet til markedsavtaler.