

# **Règles de bonne conduite applicables à toutes les villes désireuses d'organiser les Jeux Olympiques (pour la procédure de candidature 2020 et suivantes)**

## Article 1 : CHAMP D'APPLICATION

Ces Règles s'appliquent à toutes les parties olympiques<sup>1</sup> et particulièrement aux villes désireuses d'obtenir l'organisation des Jeux Olympiques et à leurs Comités Nationaux Olympiques (CNO) ainsi qu'à toute personne ou organisation agissant à leur place ou les soutenant.

C'est la responsabilité de chaque CNO d'assurer le respect de ces Règles à tout moment.

Ces règles s'appliquent dès leur publication sur le site web du CIO (soit à partir du 11 avril 2011). Elles remplacent, pour la procédure de candidature 2020, les Règles précédentes en vigueur.

## Article 2 : PRINCIPES

Le comportement des villes doit être strictement conforme aux prescriptions de la Charte olympique, du Code d'éthique du CIO et de ses Textes d'application. Les villes doivent également respecter la procédure d'évaluation de la candidature établie par le CIO.

Le CNO du pays est responsable des activités et de la conduite de chaque ville du pays.

## Article 3: AUDIT

Au plus tard trois mois après la publication par le CIO de la liste des villes requérantes, un expert indépendant chargé de contrôler la gestion financière de la candidature doit être désigné et le nom de l'expert choisi doit être communiqué au CIO. Le CNO s'engage à fournir au CIO le rapport des comptes selon les instructions du CIO.

## Article 4 : LOGO - EMBLÈME

Les villes requérantes peuvent se doter d'un logo, sans le symbole olympique. Les villes candidates peuvent adopter un emblème, comprenant le symbole olympique. La création et l'usage du logo et de l'emblème sont soumis aux conditions figurant à l'annexe 1.

Elles peuvent aussi avoir une devise ou un slogan, qui ne peut être incorporé ni dans le logo ni dans l'emblème et dont l'usage est soumis à certaines limites exposées dans l'annexe 1.

## Article 5 : DÉCLARATION D'ACTIVITÉ

Le CNO de chaque ville requérante transmettra à la commission d'éthique du CIO la liste des compétitions internationales de sports olympiques et des réunions des organisations reconnues par le CIO, devant avoir lieu sur son territoire.

Cette liste concerne tous les événements internationaux prévus, ou en cours de programmation, entre la date de la publication des présentes Règles sur le site web du CIO (soit le 11 avril 2011) et la date de l'élection de la ville hôte.

Le CNO devra fournir cette liste dans les deux mois à compter de la date de la publication par le CIO de la liste des villes requérantes (soit avant le 1er novembre 2011).

Tout ajout de nouvelle réunion ou compétition à cette liste doit être préalablement soumis à l'approbation de la commission d'éthique du CIO.

---

<sup>1</sup> (voir définition du préambule du code d'éthique)

Par ailleurs, aucune réunion d'une organisation reconnue par le CIO, impliquant un nombre significatif de membres du CIO, ne peut être organisée sur le territoire du pays d'une ville désireuse d'organiser les Jeux Olympiques entre la publication de la liste des villes requérantes et le vote par la Session de la ville hôte.

#### Article 6 : AIDE AUX CNO

Le CNO de chaque ville requérante transmettra à la commission d'éthique la liste de tous les accords et tous les programmes d'aide aux CNO sous quelque forme que ce soit, en cours à la date de la publication des présentes Règles sur le site web du CIO (soit le 11 avril 2011), y compris ceux en partenariat avec le gouvernement de son pays.

Cette liste devra être fournie dans les deux mois à compter de la date de la publication par le CIO de la liste des villes requérantes (soit avant le 1<sup>er</sup> novembre 2011).

Tout nouvel accord, postérieur à la date de la publication des présentes Règles sur le site web du CIO (soit le 11 avril 2011), avec un CNO quel qu'en soit l'objet doit être préalablement soumis à l'approbation de la commission d'éthique du CIO.

#### Article 7: INTERNET

Les villes requérantes et candidates peuvent créer leur propre site Internet à des fins exclusivement informatives.

Le site peut mentionner les noms des tiers qui apportent un soutien financier à la candidature, sous réserve du respect des conditions figurant à l'annexe 1. La vente d'objets promotionnels est autorisée par l'intermédiaire du site, sous réserve du respect des conditions figurant à l'annexe 1

Les villes peuvent faire la promotion de leur candidature par le biais des réseaux sociaux.

Elles sont responsables du contenu des sites internet, y compris des réseaux sociaux.

#### Article 8 : PROMOTION

Pendant toute la durée de la procédure, la promotion d'une candidature doit se dérouler avec dignité et mesure. La ville et son CNO sont entièrement responsables de toute forme de promotion. Toute personne ou organisation agissant à la place d'une ville doit, en particulier, respecter les dispositions de cet article.

Le CIO se réserve le droit de prévoir des dispositions spécifiques concernant les activités de promotion lors des événements internationaux les plus importants (voir les exemples dans la liste non exhaustive en annexe 2)

##### Promotion nationale :

A tout moment la promotion nationale de la candidature est possible à l'occasion d'événements nationaux se déroulant sur le territoire de leur CNO.

Ce territoire doit s'entendre de façon restrictive en excluant, notamment, les représentations diplomatiques à l'étranger.

##### Promotion internationale par les villes candidates :

La promotion des candidatures au niveau international est autorisée à l'issue du délai de dépôt du dossier de candidature au CIO (soit en janvier 2013).

Aucune forme de promotion, sauf autorisation spécifique du CIO, ne peut être entreprise, ni sur le territoire de la Suisse à aucun moment<sup>2</sup>, ni sur celui du pays accueillant la Session pendant les trois semaines précédant le jour du vote.

---

<sup>2</sup> Exclusion à rediscuter si une ville suisse est candidate.

La promotion, sous toutes ses formes (publicité, action de relation publique, utilisation des réseaux sociaux, etc.), est faite par les villes candidates elles-mêmes à l'exclusion de tout tiers.

Seulement lorsqu'elles sont invitées par le CIO à présenter leur candidature lors d'un événement international, une offre équivalente pour toutes les villes candidates est garantie.

#### Article 9 : Cadeaux

Aucun cadeau, quelle qu'en soit la valeur, ne devra être donné aux parties olympiques ou aux FI de sports olympiques, ni reçu par celles-ci. Aucun avantage ou promesse d'avantage ne peut être formulé en faveur d'une partie olympique ou d'une FI de sports olympiques ni accepté de celles-ci. Ces interdictions doivent être respectées par les villes, leur CNO et par tous ceux agissant au nom de la candidature ou la soutenant.

Le même principe est applicable dans les relations des villes avec des tiers, notamment les médias et les organisations reconnues par le CIO.

#### Article 10 : RELATIONS AVEC LES SPONSORS

Afin de préserver l'intégrité et la neutralité de la procédure, les sponsors TOP et les partenaires de marketing du CIO doivent s'abstenir de soutenir ou promouvoir l'une des villes. En conséquence, les villes ne peuvent ni solliciter ni accepter soutien ou promotion de la part des sponsors TOP et des partenaires de marketing du CIO.

Par ailleurs, pendant la durée de la procédure de sélection de la ville hôte, les sponsors ou donateurs des villes requérantes et candidates ne peuvent conclure de nouveau accord de soutien en faveur d'une organisation reconnue par le CIO quelle qu'en soit la forme, lorsqu'il y a un risque de conflit d'intérêts<sup>3</sup>.

#### Article 11 : VISITES DES FEDERATIONS INTERNATIONALES, DE LA COMMISSION D'ÉVALUATION DU CIO ET DES MEDIAS

Les villes requérantes peuvent solliciter des conseils des FI sur leur projet. Si une FI estime qu'une visite de travail sur place est indispensable, le CIO pourra autoriser une telle visite.

Les villes candidates peuvent organiser, à leurs frais, des visites de travail des représentants des FI des sports olympiques d'hiver ou d'été (selon le cas), si ces visites sont nécessaires à la préparation de la candidature.

Pour les visites organisées au titre des alinéas précédents, un sens de la mesure doit être respecté, s'agissant notamment des conditions d'accueil et d'hébergement.

La commission d'évaluation du CIO effectuera une visite de travail dans chaque ville candidate. L'ordre, la période et le programme des visites seront déterminés par le CIO.

Les villes candidates peuvent organiser des visites de travail pour les représentants des médias, mais aux frais exclusifs de ces derniers.

#### Article 12 : RELATIONS AVEC LES MEMBRES DU CIO

Il n'y aura pas de visite des villes de la part des membres du CIO, ni à ces derniers de la part des villes.

Si un membre du CIO doit se rendre dans une ville à un titre quelconque, il doit en informer à l'avance la commission d'éthique du CIO. La ville ne pourra ni profiter de cette occasion pour promouvoir sa candidature, ni couvrir les coûts et autres frais liés à une telle visite, notamment les frais de voyage et d'hébergement.

---

<sup>3</sup> Voir définition dans le code d'éthique.

Seulement à l'issue du délai de dépôt du dossier de candidature au CIO (soit en janvier 2013), les villes candidates peuvent promouvoir leur candidature auprès des membres du CIO, soit à l'occasion des événements internationaux ou des compétitions internationales, soit par l'intermédiaire de l'envoi de documentations écrites.

Les membres du CIO ne peuvent être invités à aucune forme de réceptions ayant un lien avec la promotion d'une candidature.

Les ambassadeurs des pays concernés ne peuvent ni rendre visite aux membres du CIO ni inviter les membres du CIO à aucune forme de réception données dans leur ambassade ou ailleurs, en vue de promouvoir la candidature.

Aucun diplôme honorifique ou décoration officielle ne sera remis à un membre du CIO par une ville ou un représentant du pays de la ville, entre la date de la publication des présentes Règles sur le site web du CIO et celle de l'élection de la ville hôte (soit entre le 11 avril 2011 et le 7 septembre 2013).

Afin de respecter la neutralité des membres du CIO, les villes ne peuvent pas utiliser le nom et l'image d'un membre du CIO, d'un membre d'honneur et d'un membre honoraire, à l'exclusion du ou des membres du pays de la ville concernée.

#### Article 13 : Élection de la ville hôte

La commission d'éthique du CIO supervise la procédure d'élection de la ville hôte, conformément aux dispositions prises par le CIO. La commission d'éthique peut demander un aménagement de celles-ci.

#### Article 14 : Relations entre les villes

Chaque ville doit, en toute circonstance et à tout moment, respecter les autres villes ainsi que les membres du CIO et le CIO lui-même.

Les villes doivent s'abstenir de tout acte ou propos susceptible de ternir l'image d'une ville concurrente ou de lui porter préjudice. Toute comparaison entre villes est strictement interdite.

Aucune entente, aucune coalition ou collusion entre les villes ou leurs CNO, destinée à influencer le résultat, n'est admise.

#### Article 15 : Interprétation et Sanctions

Toutes les questions concernant les Règles de bonne conduite et leur interprétation doivent être adressées au département des Jeux Olympiques du CIO, section relations avec les villes candidates.

Les infractions mineures aux Règles de bonne conduite seront traitées par le département des Jeux Olympiques :

- une première infraction entraînera une notification confidentielle, par écrit, à la ville concernée ;
- après consultation de la commission d'éthique, une deuxième infraction entraînera une notification écrite aux membres de la commission exécutive du CIO (et éventuellement aux autres villes candidates) ;
- toute autre infraction aux Règles sera soumise à la commission d'éthique du CIO, qui prendra les mesures nécessaires.

Les infractions sérieuses et répétées aux Règles de bonne conduite seront traitées par la commission d'éthique du CIO. La commission peut recommander des sanctions à la commission exécutive pour approbation.

Les membres du CIO seront informés par écrit de toute sanction imposée par la commission exécutive du CIO. Un communiqué de presse sera également publié.

## Annexe 1 : citée aux articles 4 et 7

### **Conditions régissant la création et l'utilisation des logos et emblèmes**

#### **1. Introduction et définitions**

1.1 La création et l'utilisation par une ville requérante ou une ville candidate des logos et emblèmes liés à sa candidature à l'élection comme ville hôte d'une édition des Jeux Olympiques seront soumises à l'approbation écrite préalable du Comité International Olympique ("CIO") et du Comité National Olympique ("CNO") du territoire sur lequel la ville requérante ou la ville candidate (ci-après, indifféremment, "ville" ou "villes") est située conformément aux termes et modalités établis dans la présente annexe 1 (les "Règles de bonne conduite").

1.2 Aux fins des présentes Règles de bonne conduite, les termes cités ci-après auront la signification suivante :

- (a) "Sponsor de la ville" fait référence à un sponsor désigné par la ville requérante ou la ville candidate (selon le cas) pour soutenir sa candidature à l'organisation des Jeux.
- (b) "Désignation du sponsor de la ville" fait référence à la mention "Sponsor de [nom de la ville]" + [année des Jeux Olympiques à l'organisation desquels la ville est requérante ou candidate]" sans autre élément, étant entendu que la désignation du sponsor ne comprendra pas le terme "olympique".
- (c) "Marque de la ville" fait référence au [nom de la ville] + [année des Jeux] (sur la même ligne).
- (d) "Désignation" fait référence à "ville requérante" ou "ville candidate", selon le cas.
- (e) "Emblème" est un dessin intégré associant le symbole olympique à d'autres éléments distinctifs, lesquels se présenteront de haut en bas de la manière suivante :
  - (i) le logo (ou autre élément graphique distinctif créé conformément au paragraphe 2.1 et dont l'usage est approuvé pour la 2<sup>ème</sup> phase de la candidature – "villes candidates");
  - (ii) la désignation; et
  - (iii) le symbole olympique, utilisé conformément aux directives graphiques.
- (f) "Jeux" renvoie à n'importe quelle édition des Jeux Olympiques, soit des Jeux de l'Olympiade ou des Jeux Olympiques d'hiver.
- (g) "Directives graphiques" fait référence au document établissant les directives relatives à l'utilisation du symbole olympique et d'autres marques olympiques, intitulé "L'Olympisme et le symbole olympique – Principes et directives d'utilisation".
- (h) "Logo" est un dessin intégré associant certains éléments graphiques distinctifs, lesquels se présenteront de haut en bas de la manière suivante :
  - (i) un élément graphique distinctif créé conformément au paragraphe 2.1;
  - (ii) la marque de la ville; et
  - (iii) la désignation (placée directement sous la marque de la ville).
- (i) "Sponsor olympique" fait référence à un partenaire TOP, un autre sponsor olympique international ou un sponsor du CNO concerné.

- (j) “Symbole olympique” fait référence aux cinq anneaux olympiques entrelacés d’égales dimensions, tel que décrit dans la Charte olympique.
- (k) “Cadeau d’entreprise” renvoie aux articles de marchandise produits par un sponsor de la ville dans le but de promouvoir son partenariat avec la ville, lesquels articles :
  - (i) sont distribués gratuitement ou vendus à un prix symbolique;
  - (ii) portent le logo de la ville ainsi que la marque du sponsor de la ville; et
  - (iii) ont été approuvés par le CNO correspondant pour usage comme cadeaux d’entreprise.
- (l) “Article promotionnel” renvoie aux articles de marchandise produits par une ville dans le but de promouvoir sa candidature, lesquels articles :
  - (i) sont distribués gratuitement ou vendus à un prix symbolique;
  - (ii) portent le logo de la ville mais pas la marque d’un de ses sponsors ni aucune autre identification commerciale; et
  - (iii) ont été approuvés par le CNO correspondant pour usage comme articles promotionnels.
- (m) “Slogan” fait référence à une expression ou une devise traduisant les objectifs de la ville en relation avec sa candidature à l’élection comme ville hôte des Jeux.

## 2. Villes requérantes

- 2.1 Création d’un logo. Une ville requérante peut créer un logo en relation avec sa demande de candidature comme ville hôte des Jeux, sous réserve que l’élément distinctif dudit logo remplisse les conditions suivantes :
  - (a) il ne contiendra aucune composante de l’emblème du CNO ni la version déformée de celui-ci ni aucun motif similaire pouvant porter à confusion;
  - (b) il ne sera pas limité au nom ou à l’abréviation du territoire sur lequel la ville est située;
  - (c) il ne contiendra pas d’image ou d’expression ayant une connotation internationale ou universelle bien connue; ou
  - (d) il ne comprendra pas le symbole olympique, la devise olympique, le drapeau olympique, quelque autre image en relation avec les Jeux Olympiques (telle que flamme, torche, médaille, etc.), slogan, désignation ou autres signes, ni la version déformée de ceux-ci, ni aucun motif similaire pouvant prêter à confusion.
- 2.2 Création d’un slogan. Une ville requérante peut créer un slogan, mais n’est pas tenue de le faire, pour autant que celui-ci ne contienne aucun élément du logo ni aucune référence au nom de la ville, de la région ou du pays dans lequel la ville est située, l’année des Jeux, ou le terme “olympique”.
- 2.3 Approbation du logo et/ou du slogan. La ville requérante soumettra au préalable le logo et le slogan (le cas échéant) à l’approbation du CNO correspondant. Si le logo et/ou le slogan (le cas échéant) sont approuvés par le CNO, la ville requérante soumettra ensuite ce logo et/ou ce slogan (le cas échéant) au CIO pour approbation écrite finale avant toute utilisation.

### 2.3 Usage général du logo

- (a) Le logo doit toujours être reproduit dans son intégralité et aucun de ses éléments ne peut être utilisé séparément.
- (b) L'emplacement, la proportion et le motif du logo ne doivent en aucun cas être modifiés, déformés ou redessinés de quelque manière que ce soit.
- (c) Les villes requérantes ne peuvent utiliser le symbole olympique de quelque manière que ce soit.

### 2.4 Usage institutionnel du logo et/ou du slogan. Les villes requérantes peuvent utiliser le logo et/ou le slogan (le cas échéant) pour la représentation institutionnelle de leur candidature sur :

- (a) la papeterie (ex : en-têtes de lettres et cartes de visite);
- (b) les documents de candidature (ex : présentations, brochures ou vidéos); et
- (c) le site web officiel consacré à la candidature.

### 2.5 Usage promotionnel du logo et/ou du slogan. Les villes requérantes peuvent utiliser le logo et/ou le slogan (le cas échéant), pour autant qu'il n'y ait aucune association avec un tiers, pour la représentation promotionnelle de leur candidature sur le plan national uniquement, dans :

- (a) les publicités;
- (b) les publipostages;
- (c) les documents promotionnels (ex : brochures ou magazines); et
- (d) les articles promotionnels.

### 2.6 Usage commercial du logo et/ou du slogan

- (a) Pour promouvoir leur candidature, et sous réserve de l'accord écrit préalable de leur CNO, les villes requérantes peuvent produire des marchandises destinées à la vente et portant leur logo et/ou slogan (le cas échéant), pour autant que :
  - (i) ces ventes, que ce soit par le biais du site web officiel de la ville consacré à la candidature ou par un autre biais, soient limitées au territoire du CNO concerné; et
  - (ii) qu'il n'y ait aucune association avec un tiers.
- (b) Les villes requérantes peuvent autoriser l'utilisation de leur logo et/ou slogan (le cas échéant) par des tiers apportant un soutien financier à leur candidature, sous réserve du respect des conditions suivantes :
  - (i) ledit tiers n'est pas un donateur;
  - (ii) ledit tiers n'est pas le concurrent d'un sponsor olympique dans sa catégorie, étant entendu que des exceptions peuvent être accordées au cas par cas par le CIO ou le CNO de la ville requérante, pour autant que les droits des sponsors olympiques soient pleinement respectés;
  - (iii) l'usage est limité au territoire du CNO de la ville requérante;
  - (iv) la ville requérante remet au CIO, sur demande, copie de tous les documents promotionnels et commerciaux; et

- (v) la ville requérante cesse toute relation avec ledit tiers si le CIO le lui demande par écrit pour quelque raison que ce soit.
- (c) Les villes requérantes s'assureront que tous les accords conclus avec des tiers apportant un soutien financier à leur candidature, en vertu desquels des droits sont octroyés en relation avec le logo et/ou le slogan (le cas échéant), stipulent que :
  - (i) dans le cas où la ville requérante n'est pas retenue par le CIO comme ville candidate, tous les droits accordés par la ville requérante pour permettre l'usage de son logo et/ou slogan (le cas échéant) cessent à la date de l'annonce des villes candidates retenues par le CIO;
  - (ii) s'ils ne cessent pas avant, en application du paragraphe (c)(i) ci-dessus, tous les droits accordés par la ville pour permettre l'usage de son logo et/ou slogan cessent à la date de la décision d'attribuer les Jeux Olympiques; et
  - (iii) les tiers apportant un soutien financier à la candidature ne bénéficient, de manière automatique ou obligatoire, d'aucun droit résiduel, d'aucune option ni d'aucun autre arrangement de quelque nature que ce soit, exprès ou tacite, en ce qui concerne les Jeux Olympiques, si la ville est élue ville hôte des Jeux.

Les villes requérantes doivent fournir au CIO, sur demande, copie de tous les contrats conclus et/ou de tous ceux qu'elles se proposent de signer avec des tiers apportant un soutien financier à la candidature.

### 3. Villes candidates

3.1 Usage du logo et/ou du slogan. Une ville candidate peut continuer à utiliser le logo et/ou slogan (le cas échéant) en relation avec sa candidature à l'organisation des Jeux, sous réserve et en application des conditions énoncées au paragraphe 2. L'usage du logo et/ou slogan (le cas échéant) peut être autorisé en dehors du territoire du CNO de la ville candidate pour autant néanmoins qu'il n'y ait aucune relation avec un tiers.

3.2 Création d'un emblème. Une ville candidate peut créer un emblème en relation avec sa candidature à l'organisation des Jeux, sous réserve du respect des conditions suivantes :

- (a) l'emblème reproduira intégralement et fidèlement, sans enjoliver la couleur, le dessin et l'aspect du symbole olympique conformément aux directives graphiques; et
- (b) la surface couverte par le symbole olympique n'excédera pas le tiers de la surface totale de l'emblème.

3.3 Approbation de l'emblème. La ville candidate soumettra au préalable l'emblème à l'approbation du CNO correspondant. Si l'emblème est approuvé par le CNO, la ville candidate le soumettra ensuite au CIO pour approbation écrite finale avant toute utilisation.

3.4 Usage général de l'emblème.

- (a) L'emblème doit toujours être reproduit dans son intégralité et aucun de ses éléments ne peut être utilisé séparément.
- (b) L'emplacement, la proportion et le motif de l'emblème ne doivent en aucun cas être modifiés, déformés ou redessinés de quelque manière que ce soit.

3.5 Usage institutionnel de l'emblème. Pour la représentation institutionnelle de leur candidature, les villes candidates peuvent utiliser leur emblème à l'intérieur et à l'extérieur du territoire de leur CNO, pour autant qu'il n'y ait aucune association avec un tiers, sur :

- (a) la papeterie (ex. : en-têtes de lettres, cartes de visite);

- (b) les documents de candidature (ex. : présentations, brochures, vidéos); et
  - (c) le site web officiel consacré à la candidature.
- 3.6 Usage promotionnel de l'emblème. Pour la promotion internationale de leur candidature, les villes candidates peuvent utiliser leur emblème à l'intérieur et à l'extérieur du territoire de leur CNO, pour autant qu'il n'y ait aucune association avec un tiers, sur :
- (a) les publicités;
  - (b) les publipostages;
  - (c) les documents promotionnels (ex. : brochures, magazines);
  - (d) les épinglettes; et
  - (e) les présentoirs promotionnels ou bannières (ex. : stands d'exposition).
- 3.7 Usage commercial de l'emblème. Les villes candidates n'utiliseront pas l'emblème, ni n'en autoriseront l'usage par des tiers, à quelque fin commerciale que ce soit.
- 4. Reconnaissance des tiers apportant un soutien financier à la candidature et communication par ceux-ci**
- 4.1 Les villes peuvent citer les noms des tiers apportant un soutien financier à la candidature (y compris les donateurs) sur leur site web officiel ou dans leurs publications, pour autant que le tiers cité ne soit pas le concurrent d'un partenaire TOP, d'un autre sponsor olympique international ou d'un sponsor de leur CNO dans la même catégorie.
- 4.2 Les donateurs concurrents d'un partenaire TOP, d'un autre sponsor olympique international ou d'un sponsor du CNO concerné dans la même catégorie de produits ou services ne seront pas autorisés à communiquer des informations en relation avec le don accordé à la candidature ni à s'associer de quelque autre manière que ce soit à la candidature.
- 5. Respect des engagements pris vis-à-vis des sponsors olympiques**
- Dans le cadre de leur candidature, les villes collaboreront en tout temps avec leur CNO afin de respecter pleinement tous les engagements contractuels pris par ces derniers vis-à-vis des sponsors olympiques.
- 6. Si la ville se voit confier l'organisation des Jeux Olympiques,** les dispositions du Contrat ville hôte conclu entre ladite ville, son CNO et le CIO, ainsi que les dispositions de la Charte olympique s'appliqueront.
- 7. Usage du symbole olympique.** Les villes ne peuvent utiliser le symbole olympique seul à quelque fin que ce soit.

## Annexe 2 : citée à l'article 8

Les informations contenues dans cette annexe s'appliquent aux Sessions du CIO durant lesquelles une ville hôte est élue, à la séance d'information à l'intention des membres du CIO organisée à Lausanne\* et aux Jeux Olympiques. Ces informations complètent les Règles de bonne conduite applicables aux villes désireuses d'obtenir l'organisation des Jeux Olympiques et en font partie intégrante. Elles ne sont pas exhaustives et peuvent être complétées par le CIO.

Toute référence faite aux villes "requérantes" et "candidates" dans ce document comprend également les CNO auxquels ces villes sont rattachées, les gouvernements/ambassades/consulats des pays concernés, les sponsors et toute autre personne ou organisation agissant en leur nom ou les soutenant.

\*Cette réunion est organisée à Lausanne durant la 2<sup>e</sup> phase de la candidature ("villes candidates") et est structurée de façon à offrir aux membres du CIO et aux villes candidates l'occasion idéale de dialoguer et discuter des projets olympiques.

### 1. - Sessions du CIO durant lesquelles une ville hôte est élue

#### 1. A - Promotion

Les villes candidates ne sont pas autorisées à organiser de réceptions pour d'autres personnes que leurs propres délégations. Les villes candidates ou tout tiers agissant pour ou au nom de la candidature ne seront pas autorisés à louer des locaux dans le but d'y mener des activités promotionnelles ou d'y rencontrer les membres du CIO (par exemple maison d'un CNO ou restaurant d'une ville candidate). Les villes candidates pourront toutefois disposer d'une suite à l'hôtel officiel du CIO où elles pourront s'entretenir avec les membres du CIO de leur projet olympique.

La règle susmentionnée n'interdit pas cependant aux villes candidates d'organiser des activités pour leurs propres délégations. Un sens de la mesure doit néanmoins être observé.

Les membres du CIO, à l'exception des membres dans les pays concernés ou des personnalités officielles du pays organisateur de la Session, ne peuvent être invités à une réception organisée par une ville candidate ni à aucune autre forme de réception diplomatique organisée par le pays de la ville candidate.

Les ambassades/consulats ne peuvent être utilisés pour d'éventuelles réunions avec les membres du CIO.

#### 1. B - Publicité

En application de l'Article 8 des Règles de bonne conduite, aucune forme de promotion internationale ne peut être organisée par les villes candidates dans le pays où se déroule l'élection de la ville hôte pendant les trois semaines précédant le vote. Durant cette période de trois semaines, aucune forme de publicité écrite ne peut être faite par les villes candidates dans les médias locaux ou internationaux (ceci comprend les revues, journaux, couvertures de journaux, Internet et la télévision). Les interviews et éditoriaux sont toutefois autorisés.

De plus, aucune publicité ne peut être faite en relation avec une candidature sur les façades d'immeubles ou en décoration externe, ni sur des panneaux d'affichage.

#### 1. C - Médias

Le CIO offrira à chaque ville, à l'issue de sa présentation finale aux membres du CIO, la possibilité d'organiser une conférence de presse à l'endroit où se déroule la Session. Si les villes candidates souhaitent tenir d'autres conférences de presse, elles ne pourront le faire qu'en dehors de l'hôtel officiel du CIO ou du lieu de la Session.

Aucune réception ne pourra avoir lieu à l'issue des conférences de presse.

#### 1. D – Distribution de documents

Des documents bilingues (français et anglais) peuvent être distribués conformément aux instructions données par la section du CIO chargée des relations avec les villes candidates.

Aucun document ne peut être livré par les villes ou un tiers agissant en leur nom dans les chambres d'hôtel des membres du CIO.

## 2. - Séance d'information à l'intention des membres du CIO

### 2. A – Promotion

Les villes candidates ne sont pas autorisées à organiser de réceptions ni à louer de locaux dans le but d'y mener des activités promotionnelles ou d'y rencontrer les membres du CIO (par exemple maison d'un CNO ou restaurant d'une ville candidate).

Les villes candidates ne sont pas autorisées à organiser de réceptions pour d'autres personnes que leurs propres délégations.

Les ambassades/consulats ne peuvent être utilisés pour d'éventuelles réunions avec les membres du CIO.

### 2. B - Médias

Si les villes candidates souhaitent organiser une conférence de presse, elles sont autorisées à le faire, mais ni au siège du CIO, ni au Musée Olympique, ni à l'hôtel Lausanne Palace, ni dans aucun des lieux mentionnés par le CIO. Le CIO n'offrira pas la possibilité aux villes de tenir une conférence de presse.

Aucune réception ne pourra avoir lieu à l'issue des conférences de presse.

### 2. C – Distribution de documents

Des documents bilingues (français et anglais) peuvent être distribués conformément aux instructions données par la section du CIO chargée des relations avec les villes candidates.

Aucun document ne peut être livré par les villes ou un tiers agissant en leur nom dans les chambres d'hôtel des membres du CIO.

## 3. - Jeux Olympiques

### 3. A - Promotion

Durant les Jeux Olympiques, les villes requérantes / candidates peuvent organiser, si elles le souhaitent, une exposition dans la maison de leur CNO ou dans un lieu approuvé par le CIO, et distribuer des documents promotionnels.

Durant les Jeux, les villes sont autorisées à utiliser certains éléments sur leur tenue officielle afin de donner une certaine visibilité à leur équipe, pour autant que les règles suivantes soient respectées :

- Les villes peuvent utiliser leur logo (c'est-à-dire un élément graphique comprenant le *nom de la ville* + 2020 + "Ville requérante" ou "Ville candidate" sans les anneaux olympiques) sur les articles d'habillement.
- Le logo de la ville ne doit pas dépasser 20 cm<sup>2</sup> en tout.
- Seuls les représentants de la ville (ce qui exclut les délégations nationales, les athlètes et les personnes accréditées du CNO) peuvent porter lesdits articles d'habillement.
- Il ne doit y avoir aucune publicité ni marque sur les articles d'habillement à l'exception de l'identification du fabricant (voir ci-après).
- L'identification du fabricant sur les articles d'habillement devra être conforme à la Règle 51 de la Charte olympique, en particulier :
  - l'identification du fabricant ne devra pas apparaître plus d'une fois par article d'habillement;
  - l'identification du fabricant ne doit pas dépasser 20cm<sup>2</sup>.

Toute autre forme d'identification sur les articles d'habillement des représentants des villes requérantes ou candidates est interdite.

### 3. B - Médias

Le CIO offrira la possibilité à chaque ville d'organiser une conférence de presse au Centre Principal de Presse. Aucune réception ne pourra avoir lieu à l'issue des conférences de presse.