

ANNEXE PUBLICITÉ VESTIMENTAIRE - « ÉLÉMENTS DE RÉPONSE »

Sans prétendre à l'exhaustivité, le présent document apporte des éléments de réponse aux questions que peuvent légitimement se poser les clubs en matière de publicité vestimentaire. Il suggère des solutions à privilégier en matière de maillot de club. Il liste enfin quelques solutions alternatives permettant d'éviter le recours à la publicité vestimentaire.

Questions - Réponses

Qu'est-ce que la publicité vestimentaire ?

Sur un maillot, ne constituent pas une publicité vestimentaire le logo de la Fédération, les noms et logos du club, les logos institutionnels (commune, communauté de communes, OTSI, pays, conseil général, conseil régional, etc.), la griffe du fabricant (dès lors qu'elle reste discrète), le logo ou la mention de l'entreprise pour les clubs corporatifs.

Sur un maillot, constituent une publicité vestimentaire les logos et placards commerciaux, les maillots de marque.

La Fédération est donc hostile à toute forme de publicité ou de partenariat privé ?

Évidemment non. Ce qui n'est pas autorisé, c'est le partenariat privé qui se traduirait par l'apposition de placards commerciaux sur le maillot du club.

Le club conserve toute latitude pour faire la promotion de ses partenaires à travers ses documents (bulletin de clubs, *flyers* d'annonce de randonnée, site Internet, etc.), ainsi que lors des manifestations qu'il organise (banderoles, totems, etc.). Il est également logique qu'il invite ses adhérents à faire confiance à ses partenaires lors de leurs achats.

La publicité vestimentaire est une clause d'exclusion ?

L'exclusion d'autorité n'est pas dans la culture de la Fédération. La démarche entreprise vise d'abord et avant tout à expliquer et à convaincre, avec évidemment pour objectif final de voir disparaître la publicité vestimentaire dans nos rangs, même si cela demandera sans doute plus de temps qu'initialement prévu.

Cette démarche est en réalité similaire à celle mise en œuvre pour le casque. Sauf pour les jeunes, la Fédération refuse l'obligation réglementaire du port du casque. Les quelques pays qui ont opté pour cette obligation ont vu une forte régression de la pratique du vélo, au point que plusieurs d'entre eux sont revenus en arrière par la suite. La Fédération incite par contre fortement au port du casque, avec des résultats probants à la clef. Marginal il y a une vingtaine d'années, le port du casque s'avère aujourd'hui effectif chez plus de 97% des licenciés. Expliquer et convaincre, mais également fournir aux clubs des pistes leur permettant ainsi d'échapper à terme à la publicité vestimentaire et à ses pièges, telle est donc ici également la démarche de la Fédération.

Quid des anciens maillots avec publicité ?

Il serait pour le moins déplacé d'en faire un feu de joie en conviant les membres du club à danser autour ! La bonne règle consistera plutôt à finir d'user les maillots actuels lors des sorties internes au club. Par contre, dès lors qu'il s'agira de participer à une manifestation à l'extérieur, c'est évidemment le nouveau – et superbe ! – maillot qui sera arboré. Gageons que les anciens maillots ne tarderont d'ailleurs pas à s'éliminer d'eux-mêmes... et sans doute assez rapidement !

Et l'intérêt du club et des adhérents ?

Plus qu'un véritable avantage, l'équipement vestimentaire publicitaire que vous allez offrir, ou céder à prix réduit, à l'adhérent peut s'avérer contreproductif. Nombre de personnes – et tout particulièrement les dames ! – n'apprécient pas de jouer les hommes-sandwichs. Vous serez en outre perçus comme des cyclistes, voire comme des coureurs, ce qui constitue un frein indéniable à l'adhésion des débutants.

Des solutions à privilégier en matière de maillot de club

- Deux rappels préliminaires s'imposent :
 - Pour d'évidentes raisons de sécurité, il est primordial de faire le choix de couleurs claires et voyantes. Il en va de la vie de vos adhérents.
 - Pour que l'on vous reconnaisse, il est conseillé de faire simple et sobre. C'est aussi une façon de se différencier des maillots cyclistes bardés de placards publicitaires.
- Le nom du club et, si possible, la mise en avant d'un élément patrimonial caractéristique constitueront des choix privilégiés.
- Enfin, le logo de la Fédération vous permettra de rappeler discrètement votre affiliation et vous identifiera en tant que club « cyclotouriste ».

Des solutions alternatives pour éviter le recours à la publicité vestimentaire

- Il apparaît tout à fait légitime pour les clubs de solliciter les municipalités pour les subventionner à titre exceptionnel, en argumentant sur l'intérêt d'un maillot commun à tous leurs licenciés et aux couleurs de la ville. Il est également assez facile d'argumenter sur le faible coût de notre activité pour les municipalités, en comparaison des coûts d'investissement et de fonctionnement qu'elles doivent supporter pour permettre la pratique de la plupart des sports collectifs, et tout ceci pour un bénéfice équivalent en terme de santé tant personnelle que publique.
- Si le CNDS ne peut certes financer la réalisation de maillots, le recours au CNDS pour toutes les actions qu'il peut subventionner permet de réduire la charge à supporter pour ces actions, et les possibilités financières d'intervention du club dans d'autres domaines s'en trouvent augmentées d'autant. Cela implique bien évidemment l'agrément jeunesse et sport pour le club. La démarche administrative est d'une extrême simplicité et devrait être accomplie par tous les clubs. Dans ce domaine, et compte tenu des seuils minimums requis, le comité départemental est tout à fait habilité à regrouper les actions des clubs entrant dans le champ d'application pour une demande de financement global.
- En ce qui concerne la recherche de moyens financiers, il reste encore bien évidemment l'organisation de temps à autres de manifestations exceptionnelles ou soirées diverses permettant de faire rentrer des moyens supplémentaires qui pourront être utilisés pour financer en partie le maillot de club. Il s'agit là de la simple application du droit des Associations loi 1901.
- Des partenariats privés se traduisant par un soutien financier sont parfaitement envisageables. Dans ce domaine, le placard publicitaire sur un maillot n'est pas, et de loin, la seule contrepartie envisageable. De nombreux moyens de communication modernes et performants permettent de faire connaître le soutien apporté (bulletin du club, bulletin municipal, panneaux d'information, partenariat lors de manifestations, site Internet, etc.).
- Un faible nombre d'adhérents peut constituer une difficulté supplémentaire pour la réalisation d'un maillot de club. L'utilisation de "maillots standard" avec report du logo du club ou de la ville par tout moyen adapté (broderie, flocage, etc.) peut dès lors s'avérer une solution à privilégier de façon à minimiser le coût.
- Le cas des clubs multi-affiliations s'avère certes particulier. La réalisation de maillots cyclotouristes dans une harmonie de graphisme et de couleurs avec les autres sections, mais sans publicité, n'est pas irréalisable et peut donc constituer la solution à envisager.

Et pour relativiser

- Il convient aussi de s'interroger. Si le maillot de club est important, est-il vraiment nécessaire de gérer une panoplie complète d'équipements, avec cuissards, collants, corsaires, débardeurs, vestes légères, vestes thermiques, gants, socquettes, etc. ? À cette question, la raison et le bon sens commandent plutôt de répondre non.

- Il faut aussi prendre conscience que le seul fait d'avoir à porter un maillot publicitaire peut constituer pour certains un frein à l'adhésion. C'est en particulier le cas de bon nombre de dames qui, déjà rebutées par le maillot cycliste lui-même, ne se voient vraiment pas rouler affublées de maillots unisexes bardés de placards publicitaires. Des tenues féminines adaptées et fort seyantes existent. Même si elles doivent les financer, elles auront souvent la préférence des dames, y compris face à un maillot publicitaire gratuit mais disgracieux.

- Le coût d'un maillot n'est certes pas insignifiant. Il convient toutefois de relativiser auprès des licenciés le coût d'un maillot qu'ils vont porter pendant plusieurs saisons en regard du montant que certains n'hésiteront pas à investir pour pratiquer le vélo.

