



Procès-verbal

du Conseil d'Administration du 27 juin 2012

Date 29 juin 2012

Auteur Jean-Pierre HUGUES Référence LFP.PV.CA.2012.06.27

Réunion du 27 juin 2012

Président Frédéric THIRIEZ

Présents MM. Jean-Michel AULAS, Bernard CAÏAZZO, Michel HIDALGO, Sylvain KASTENDEUCH, Vincent LABRUNE, Henri LEGARDA, Jean-Pierre LOUVEL, Philippe PIAT, Patrick RAZUREL, Pierre REPELLINI, Michel SEYDOUX, Pascal URANO, Laurent VALLEE.

Excusés MM. Luc BRUDER (représenté par Pierre REPELLINI), Jean-Pierre DENIS (représenté par Laurent VALLEE), Jean-François FORTIN (représenté par Henri LEGARDA), Jean-Pierre HUREAU (représenté par Michel HIDALGO), Philippe LEDUC, Laurent NICOLLIN (représenté par Bernard CAÏAZZO), Eric ROLLAND (représenté par Patrick RAZUREL), Olivier SADLAN (représenté par Michel SEYDOUX), Jean VERBEKE (représenté par Frédéric THIRIEZ).

Assistent M. Noël LE GRAËT.
M. Jean-Pierre HUGUES.
M. Philippe DIALLO.
MM. Jérôme BELAYGUE, Sébastien CAZALI, Stéphane DOR, Jacques LAGNIER, Arnaud ROUGER.
Mme Stéphanie BOURDAIS.

Le Conseil,
réunissant la présence effective du tiers au moins de ses membres présents ou représentés,
peut valablement délibérer.



Procès-verbal

du Conseil d'Administration du 27 juin 2012

1. Adoption des précédents procès-verbaux

Le Conseil,

adopte les procès-verbaux des réunions tenues par :

- le Conseil d'administration, le 30 mai 2012
- le Bureau téléphonique, le 18 juin 2012

2. Budget 2011 / 2012 - Répartitions complémentaires

Le conseil,

Vu l'avis de la Commission des finances qui a examiné :

- La projection des comptes au 30 juin 2012
- Les répartitions complémentaires de fin de saison
- L'impact de la fermeture de CFoot sur l'exercice en cours, et après une large discussion sur la répartition des recettes de CFoot

Décide,

Après mise aux voix, selon les modalités de vote relatives aux sujets économiques (article 26.1.2 des statuts de la LFP, de ne pas suivre l'avis de la Commission des finances et de répartir aux clubs les recettes de CFoot à hauteur de 1m€ conformément au tableau de répartition présenté.

Prend acte,

De la répartition des autres recettes complémentaires selon les modalités propres qui sont en vigueur pour chacune de ces recettes (supplément variable des droits internationaux, produits dérivés, solde UEFA solidarité 2010 / 2011, aides aux clubs relégués non attribuées).

3. Budget prévisionnel saison 2012 / 2013

Le Conseil,

Vu l'avis favorable de la Commission des finances et après présentation,

Adopte le budget prévisionnel de la LFP pour la saison 2012 / 2013.



Procès-verbal

du Conseil d'Administration du 27 juin 2012

4. Répartition des droits audiovisuels saison 2012 / 2013 et échéancier prévisionnel des versements

Le conseil,

Vu l'avis favorable de la Commission des finances,

Adopte les nouveaux critères de répartition qui ont été instaurés pour la saison 2012 / 2013, sur proposition de l'Assemblée Générale de l'UCPF du 26 juin 2012,

Adopte le Guide des répartitions des droits audiovisuels pour la saison 2012 / 2013,

Adopte l'échéancier prévisionnel des versements selon les conditions stipulées.

5. Coupe de la Ligue 2013

Le Conseil,

connaissance prise des propositions formulées par le Stade de France et le Grand Stade de Lille pour accueillir la Finale de la Coupe de la Ligue le 20 avril 2013,

décide de maintenir cette rencontre au Stade de France.

6. Capacité des espaces visiteurs

Le Conseil,

reprenant le dossier,

considérant l'étude sur la réduction des espaces visiteurs présentée par la Commission nationale de sécurité et la Commission des stades de la LFP,

dit qu'il n'est pas opportun de procéder à cette réduction.



Procès-verbal

du Conseil d'Administration du 27 juin 2012

7. Animations d'avant-match

Le Conseil,

considérant les interrogations des représentants des clubs professionnels concernant les animations d'avant-match,

dit qu'il convient, en complément des dispositions applicables, d'autoriser les animations autour de l'aire de jeu pendant les échauffements et de permettre aux joueurs de revêtir une veste de survêtement pendant la présentation des équipes (sans contrainte de publicité).

8. Publicité sur les équipements de joueurs

Le Conseil,

reprenant le dossier,

adopte les modifications ci-annexées.



Procès-verbal

du Conseil d'Administration du 27 juin 2012

9. Statuts professionnels

Le Conseil,

considérant les avis favorables de la Commission de contrôle des clubs professionnels de la DNCG, pour la saison 2012/2013 :

attribue le statut professionnel définitif au SC Bastia et à Nîmes ;

attribue le statut professionnel probatoire pour une saison au GFCO Ajaccio et à Niort FC ;

attribue le statut professionnel pour une saison au Amiens SC, FC Metz et Vannes OC.

Le Président
Frédéric THIRIEZ

Le Directeur Général
Jean-Pierre HUGUES

<p>2. Utilisation de la publicité sur les équipements</p> <p>Les joueurs d'une même équipe (y compris le gardien de but) doivent, au cours d'une même rencontre, porter simultanément les mêmes publicités.</p> <p>Tout changement concernant le contenu de la publicité est considéré comme un changement de sponsor, même si le sponsor reste le même. La procédure prévue au point 3 concernant la validation de ces changements s'applique alors.</p> <p>3. Emplacements et tailles des publicités valables pour la Ligue 1 et la Coupe de la Ligue :</p> <p>Un jeu d'équipement ne peut comporter au total qu'un maximum de six (6) publicités différentes. Tout élément figurant sur le maillot n'étant ni un marquage officiel, ni un des éléments d'identification du club ou du fabricant, est considéré comme étant de la publicité. La surface maximale totale allouée aux publicités sur un jeu d'équipement est de 1 250 cm².</p> <p>Sur le devant du maillot, trois (3) publicités sont autorisées. La surface maximale totale allouée aux publicités sur le devant du maillot est de 750 cm². La surface maximale allouée à une publicité est de 600 cm².</p> <p>Au dos du maillot, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, au-dessous du numéro, pour une surface maximale de 300 cm².</p> <p>Sur la manche gauche du maillot, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm².</p> <p>Sur le short gauche, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm².</p> <p>Tout aplat de couleur est interdit pour une publicité de plus de 100 cm² sur le devant du maillot et de plus de 200 cm² sur le dos du maillot. Toute publicité présente sur les équipements doit comporter un maximum de trois (3) couleurs.</p> <p>4. Emplacements et tailles des publicités, valables pour la Ligue 2 :</p> <p>Un jeu d'équipement ne peut comporter au total qu'un maximum de six (6) publicités différentes, complété d'une (1) éventuelle publicité de collectivité territoriale. Tout élément figurant sur le maillot n'étant ni un marquage officiel, ni un des éléments d'identification du club ou du fabricant, est considéré comme étant de la publicité. La surface maximale totale allouée aux publicités est</p>	<p>2. Utilisation de la publicité sur les équipements</p> <p>Sans changement</p> <p>Supprimé</p>
---	--

<p>de 1 400 cm². Sur le devant du maillot, trois (3) publicités complétées d'une (1) éventuelle publicité de collectivité territoriale, sont autorisées. La surface maximale totale allouée aux publicités sur le devant du maillot est de 850 cm². La surface maximale allouée à une publicité est de 600 cm². Au dos du maillot, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, au dessous du numéro, pour une surface maximale de 350 cm². Sur la manche gauche du maillot, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm². Sur le short gauche, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm². Tout aplat de couleur est interdit pour une publicité de plus de 200 cm², sur le devant comme sur le dos du maillot. Toute publicité présente sur les équipements ne doit comporter plus de trois (3) couleurs.</p> <p>5. Logos Caritatifs : En plus des publicités, un club peut utiliser un logo unique d'une association caritative sur le maillot ou le short. Cette association doit être à but non lucratif, et son objet ne doit pas être de nature politique, sexuel ou religieux. Elle ne doit offrir au club aucune compensation ou récompense pour le port de son logo sur le maillot des joueurs. Le logo caritatif doit être situé à un des emplacements autorisés pour les publicités ou sur l'encolure du maillot, et ne devra pas dépasser 100 cm². La Commission des Compétitions devra donner son accord écrit préalable à l'utilisation du logo d'une association caritative.</p>	<p>Supprimé</p>
--	------------------------

1.1.1. Article 567

Rédaction actuelle	Nouvelle rédaction
<p>Pour les matches comptant pour les championnats de Ligue 1 et Ligue 2, la publicité est autorisée sur l'équipement porté par les joueurs remplaçants, et les officiels de la surface technique, dans les conditions définies à l'article</p>	<p>Pour les matches comptant pour les championnats de Ligue 1 et Ligue 2, la publicité est autorisée sans restriction sur l'équipement porté par les joueurs remplaçants, et les officiels de la surface technique.</p>



<p>566-</p> <p>Une publicité unique est autorisée sur chaque élément de l'équipement du personnel médical (survêtement ou blouson, sac, trousse à pharmacie, brancard).</p> <p>En ce qui concerne les chasubles utilisées pour l'échauffement, le fabricant peut utiliser un de ses types d'identification, une fois sur le devant et une fois sur le dos, avec une surface maximale de 50 cm².</p> <p>En outre, deux (2) publicités sont autorisées sur chaque face des chasubles utilisées pour l'échauffement, sans que la surface totale de ces publicités ne dépasse 500 cm² sur chaque face. Les couleurs du fond de l'identification du fabricant et des publicités doivent être identiques au fond de couleur des chasubles, sans utiliser d'aplats de couleur.</p>	<p>Sans changement</p> <p>Sans changement</p> <p>En outre, la publicité est autorisée, sans restriction, sur chaque face des chasubles utilisées pour l'échauffement.</p>
--	---



2. Proposition modifiée de modification de l'art. 713 (Règlement Coupe de la Ligue)

Pour rappel, le Conseil d'administration du 30 mai dernier a refusé de valider la proposition visant à modifier l'art. 713 du Règlement de la Coupe de la Ligue pour :

- ➔ Actualiser le texte en fonction des nouveaux contrats de la CDL
- ➔ Ajouter des sponsors clubs et CDL sur les tenues d'échauffement de la finale
- ➔ Autoriser le winner tee sur la finale

La nouvelle rédaction de l'art. 713 tient compte de la position du CA en supprimant la proposition faite d'intégrer les Paris en Ligne et Loteries dans les catégories réservées en exclusivité pour les partenaires de la compétition

2.1.1. Article 713

Rédaction actuelle	Nouvelle rédaction
<p>(...)</p> <p><u>PUBLICITE DU SPONSOR DU CLUB SUR LES EQUIPEMENTS</u></p> <p>Le club ne peut utiliser qu'un seul sponsor préalablement approuvé par la Commission des compétitions.</p> <p>Le sponsor du club ne peut être issu des catégories suivantes, réservées en exclusivité pour les partenaires de la compétition :</p> <ul style="list-style-type: none"> o "Téléphonie" o "Fournisseur d'accès internet" o "Service audiovisuel " o "Service de radiodiffusion" o "Distribution de matériaux de construction et de produits de bricolage" o "Fabricant de produits électro-ménagers" o Distribution de produits image son "multimédia et ménagers" <p>Dans le cas où un club ne serait pas en mesure de présenter un sponsor de maillot à l'occasion d'un tour de Coupe de la Ligue, la LFP se réserve le droit d'utiliser l'espace laissé libre pour y appliquer la publicité de l'un des sponsors de la</p>	<p>(...)</p> <p><u>PUBLICITE DU SPONSOR DU CLUB SUR LES EQUIPEMENTS</u></p> <p>Le club ne peut utiliser qu'un seul sponsor préalablement approuvé par la Commission des compétitions.</p> <p>Le sponsor du club ne peut être issu des catégories suivantes, réservées en exclusivité pour les partenaires de la compétition :</p> <ul style="list-style-type: none"> e "Téléphonie" e "Fournisseur d'accès internet" o "Service audiovisuel " o "Service de radiodiffusion" o "Distribution de matériaux de construction et de produits de bricolage" e "Fabricant de produits électro-ménagers" e Distribution de produits image son "multimédia et ménagers" o Paris en Ligne et Loteries. <p>Dans le cas où un club ne serait pas en mesure de présenter un sponsor de maillot à l'occasion d'un tour de Coupe de la Ligue, la LFP se réserve le droit d'utiliser l'espace laissé libre pour y appliquer la publicité de l'un des sponsors de la</p>

<p>compétition.</p> <p>(...)</p> <p><u>PUBLICITE DES SPONSORS DE LA COMPETITION SUR LES EQUIPEMENTS</u></p> <p>La LFP peut utiliser un ou plusieurs sponsors de la compétition sur les équipements des joueurs aux emplacements énumérés ci-après :</p> <ul style="list-style-type: none"> o dos du maillot o manche gauche du maillot o jambe gauche du short. <p>La LFP communiquera les sponsors de la compétition amenés à figurer sur les équipements des clubs participant à un tour, au minimum 10 jours ouvrables avant le premier match de ce tour. Un emplacement non exploité en début de compétition peut le devenir en cours de saison dans le cas où un nouveau sponsor devient partenaire de la compétition ou souhaite étendre le champ de son partenariat.</p> <p>Au dos du maillot, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, au-dessous du numéro, pour une surface maximale de 300 cm².</p> <p>Sur la manche gauche du maillot, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100cm².</p> <p>Sur la jambe gauche du short, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm².</p> <p>La forme des publicités des sponsors n'est soumise à aucune restriction.</p> <p>(...)</p> <p><u>La finale</u></p> <p>L'ensemble des points de l'article 714 s'appliquent à la Finale.</p> <p>En outre, les clubs finalistes sont tenus de fournir à la LFP une tenue de présentation des joueurs, ainsi qu'une tenue qui sera utilisée lors de l'entraînement et de la conférence de presse la veille du match.</p> <p>Les joueurs des deux (2) équipes finalistes sont tenus de ne pas échanger leurs maillots avant la remise du Trophée et la photo officielle des</p>	<p>compétition <u>le logo caritatif du choix de la LFP.</u></p> <p><u>PUBLICITE DES SPONSORS DE LA COMPETITION SUR LES EQUIPEMENTS</u></p> <p>La LFP peut utiliser un ou plusieurs sponsors de la compétition sur les équipements des joueurs aux emplacements énumérés ci-après :</p> <ul style="list-style-type: none"> o dos du maillot o <u>poche poitrine du maillot</u> o manche gauche du maillot o jambe gauche du short. <p>La LFP communiquera les sponsors de la compétition amenés à figurer sur les équipements des clubs participant à un tour, au minimum 10 jours ouvrables avant le premier match de ce tour. Un emplacement non exploité en début de compétition peut le devenir en cours de saison dans le cas où un nouveau sponsor devient partenaire de la compétition ou souhaite étendre le champ de son partenariat.</p> <p>Au dos du maillot, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, au-dessous du numéro, pour une surface maximale de 300 cm².</p> <p>Sur la poitrine et la manche gauche du maillot, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100cm².</p> <p>Sur la jambe gauche du short, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm².</p> <p>La forme des publicités des sponsors n'est soumise à aucune restriction.</p> <p>(...)</p> <p><u>La finale</u></p> <p>L'ensemble des points de l'article 714 s'appliquent à la Finale.</p> <p>En outre, les clubs finalistes sont tenus de fournir à la LFP une tenue de présentation des joueurs, ainsi qu'une tenue qui sera utilisée lors de l'entraînement et de la conférence de presse la veille du match. <u>Cette tenue de présentation peut comporter les sponsors du club et de la compétition, dans les mêmes conditions de taille et de graphisme que les équipements de match (maillots, shorts).</u></p> <p>Les joueurs des deux (2) équipes finalistes sont tenus de ne pas échanger leurs maillots avant la remise du Trophée et la photo officielle des</p>
--	---



vainqueurs.

vainqueurs. A l'issue de la photo officielle des vainqueurs, les clubs peuvent revêtir un tee-shirt fourni par le club : le marquage de ce tee-shirt est libre mais ne doit pas comporter de publicité. Il doit être validé préalablement par la Commission des Compétitions de la LFP