

NORGES RYTTERFORBUNDS (NRYF) MARKEDSBESTEMMELSER

Vedtatt av forbundsstyret 5. juni 2007

§ 1 Virkeområde, formål og omfang

Disse bestemmelser gjelder for NRYF (administrasjonen og forbundsstyret m/alle underliggende komiteer og utvalg) og dets organisasjonsledd og kan bare endres av NRYF v/forbundsstyret. I henhold til NIFs lov § 1-1, tredje ledd, er klubber, kretser og NRYF organisasjonsledd i forhold til disse bestemmelsene. Det er kun ovennevnte organisasjonsledd som kan inngå markedsavtaler med næringslivet, herunder slik at enkeltmedlemmer/utøvere ikke kan inngå personlige markedsavtaler knyttet til deres sportslige virksomhet, jf. NIFs lov § 13-3 og KR 1 § 138.

Bestemmelsenes formål er å regulere forholdet mellom NRYF med tilhørende organisasjonsledd og næringslivet, samt å regulere det interne forholdet mellom NRYF og NRYFs underordnede organisasjonsledd.

NRYFs sponsorer/samarbeidspartnere skal bidra til å støtte opp om NRYF og idrettens grunnverdier.

Bestemmelsene omfatter alle markedsavtaler som vedrører reklame og annen profilering, herunder blant annet:

- a) På rideantrekk, profileringsantrekk, klubbstyr, biler, tribuner, haller, klubbhus, sportsutstyr, internett osv.
- b) I medlemsblad, program og annonser i dagspresse, ukepresse, radio, tv og internett.
- c) Ved underholdning og lignende tiltak i forbindelse med arrangementer.
- d) Bruk av utøvere i markedsføringsøyemed
- e) Bruk av organisasjonsleddenes logo/emblem

Disse markedsbestemmelser er i henhold til NIFs lov kapittel 13 (Avtaler mellom idretten og næringslivet) og 14 (Rettighetsbestemmelser m.v.) og er også underlagt disse bestemmelsene.

§ 2 Rett til å inngå avtaler

Alle markedsavtaler med næringslivet skal inngås av organisasjonsledd. NRYFs kretser kan dog ikke inngå slike avtaler uten etter forutgående skriftlig samtykke fra NRYF.

NRYF har i særlige tilfeller (f eks i kontrolløyemed) innsynsrett i markedsavtaler med næringslivet inngått av underordnet organisasjonsledd (kretser og klubber).

§ 3 Utøvers forbeholdsrett

Utøver kan ta forbehold om ikke å bli benyttet i markedsføring dersom slik medvirkning vil stride mot utøvers etiske eller moralske overbevisning. Dersom det oppstår tvil om utøverens overbevisning oppfyller kravene i første punktum, avgjøres dette av NIF v/Idrettsstyret.

§ 4 TV-rettigheter med mer

NRYF eier samtlige mediarettigheter knyttet til alle konkurranser som arrangeres av NRYFs organisasjonsledd. Med mediarettigheter forstås rett til å oppta, overføre eller videreformidle lyd, bilde, tekst eller lignende fra et idrettsarrangement via tv, radio, internett eller på annen måte.

Retten til å inngå avtale om mediarettigheter tilligger forbundsstyret.

§ 5 Øvrige markedsrettigheter

5.1 Eiendomsretten til idrettsarrangement

NRYF har eiendomsretten til de idrettsarrangementer NRYF selv arrangerer og til idrettsarrangementer som er en del av et konkurransesystem regulert av NRYFs regelverk, jf. NIFs lov § 14-1.

NRYF har i henhold til ovennevnte bestemmelse eiendomsretten til følgende idrettsarrangementer:

- Norske mesterskap
- Elite- og landsstevner
- Distriktsstevner
- Klubbstevner

Retten til arrangement innebærer rett til å stille betingelser for deltakelse, rett til å kreve vederlag fra publikum, retten til å utnytte de økonomiske muligheter som arrangementet gir grunnlag for, herunder retten til å stille vilkår for medienes dekning av arrangementet.

NRYF kan lisensiere retten til å arrangere sine konkurranser til sine medlemsklubber. I slike tilfeller skal NRYFs standard arrangørkontrakt legges til grunn mellom partene.

Internasjonale stevner i Norge som f.eks. Norway Grand Prix (Lier Horse Show), Oslo Horse Show og skal godkjennes av NRYF. NRYF kan stille vilkår for å godkjenne arrangementet.

Når det gjelder Elite- og landsstevner, distriktsstevner og klubbstevner avgir NRYF alle de kommersielle rettigheter arrangementene danner grunnlag for til de klubber som arrangerer stevnene. For markedsrettigheter knyttet til nasjonale konkurranser, og retningslinjer for størrelse, utforming og plassering av reklame på drakter, utstyr og stadion, gjelder KR I § 138.

I internasjonale konkurranser der utøverne representerer NRYF/Norge skal utøverne konkurrere i henhold til FEIs regelverk, og NRYFs landslagsavtale og bekledningsinstruks. Blant disse konkurranser nevnes særskilt:

- Nasjonskonkurranser (lag)
- Mesterskapskonkurranser
- World Cup

I forhold til World Cup konkurranser kan NRYF gjøre unntak fra denne bestemmelsen etter forespørsel fra klubb/utøver, jf. KR 1 § 138.

5.2 *Annen markedsføring*

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

Klubbene eier samtlige markedsrettigheter som omfattes av klubbvirksomheten, dog med de begrensninger som fremgår av § 4 og § 5 pkt. 5.1.

Klubber som har landslagsutøver som medlem og som ønsker å benytte denne i sin markedsføring, skal innhente NRYFs skriftlige forhåndsamtykke før avtale inngås. NRYF kan nekte godkjenning eller sette vilkår for godkjenning dersom det har saklig grunn til det. Ved tillatelse til å inngå slike avtaler, skal klubben benytte NRYFs standard markedsavtale.

§ 6 Avtalenes varighet

Avtaler som omfattes av disse bestemmelser skal være tidsbegrenset og ikke vare lenger enn fire år samt være i henhold til NIFs regnskaps- og revisjonsbestemmelser.

§ 7 Sanksjoner ved brudd på markedsbestemmelsene

Brudd på disse bestemmelsene kan sanksjoneres i henhold til NIFs lov kapittel 11 (straffebestemmelser). En utøver kan i tillegg nektes starttillatelse, og oppnådde resultater kan annulleres.

KOMMENTARER TIL MARKEDSBESTEMMELSENE

Begrunnelse til § 1: Virkeområde, formål og omfang

Det fleste regelverk innledes med hvem de gjelder for og innenfor hvilket område de har gyldighet. Denne strukturen er også valgt å benytte her.

Det følger allerede av NIFs lov at kun organisasjonsledd har rett til å inngå markedsavtaler, men begrunnet med medlemmenes behov for informasjon synes det hensiktsmessig å nedfelle dette prinsippet også i NRYFs regelverk.

Når det gjelder omfanget av markedsbestemmelsene fremgår dette av bestemmelsens tredje ledd. Eksemplene i bokstav a) – e) er ikke uttømmende noe som kommer til uttrykk gjennom begrepsbruken ”blant annet”. Dette medfører at også andre markedsforhold som ikke er nevnt, omfattes. Formålet med å benytte eksempler er å gjøre det enklere for brukerne av loven til å forstå når markedsbestemmelsenes regler kommer til anvendelse.

Begrunnelse til § 2: Rett til å inngå avtaler

Markedsbestemmelsene bør inneholde en egen klausul som presiserer hvem som har rett til å inngå markedsavtaler. I henhold til NIFs lov § 13-2 er det kun organisasjonsledd som har en slik rett. Det vil si at utøvere ikke har rett til å inngå personlige markedsavtaler. Dette følger direkte av NIFs lov § 13-3.

Det anbefales videre å innta en bestemmelse som medfører at særkretser ikke kan inngå markedsavtaler uten etter forutgående skriftlig samtykke fra særforbundet. En slik bestemmelse vil innebære en innskrenkning av særkretsenes rett til å inngå markedsavtaler.

Årsaken til at det foreslås at særkretsene kun kan inngå avtaler etter forutgående skriftlig samtykke fra særforbundet, skyldes at særforbundet har behov for kontroll over organisasjonens markedsavtaler. Dette kontrollbehovet skyldes at sponsorene normalt stiller krav om bransjeeksklusivitet. Dersom DnBNor er et særforbunds hovedsponsor er det f.eks. meget uheldig om en særkrets profilerer Nordea. Oppstår en slik situasjon, vil både særforbundet og særkretsen kunne eksponere seg for erstatningsrettslig ansvar overfor disse sponsorene. Gjennom kravet til forhåndsgodkjennelse vil slike situasjoner unngås.

For ytterligere å sikre særforbundets behov for kontroll, bør det inntas en bestemmelse som gjør at særforbundet, i særlige tilfeller, har innsynsrett i underliggende organisasjonsledds markedsavtaler. Denne bestemmelsen vil være en utvidelse av NIFs lov § 2-2, tredje ledd, som gir overordnet organisasjonsledd en viss innsynsrett i underliggende organisasjonsledds virksomhet.

Begrunnelse til § 3: Utøvers forbeholdsrett

Denne bestemmelsen er hentet fra NIFs lov og gjelder for alle organisasjonsledd tilsluttet NIF. Formålet med å inkorporere bestemmelsen i dette reglementet er også her å synliggjøre rettstilstanden for NRYFs medlemmer.

Begrunnelse til § 4: TV-rettigheter med mer

Denne bestemmelsen er i henhold til NIFs lov og medfører at kun NRYF har rett til å inngå radio og TV avtaler i forbindelse et idrettsarrangement. Konkret innebærer dette at en klubb ikke kan stå som part i en TV avtale, selv der de innehar eiendomsretten til et arrangement.

NRYF kan imidlertid delegere denne myndigheten til klubber eller kretser dersom dette er ønskelig.

Begrunnelse til § 5: Øvrige markedsrettigheter

Til pkt. 5.1:

Denne bestemmelsen har som formål å regulere rettighetsforholdet mellom klubber og særforbund. Etter NIFs lov § 14-1 har særforbundene eiendomsretten til de arrangementer de selv arrangerer, samt til alle arrangementer som er en del av særforbundenes konkurransesystemer. Etter vår oppfatning er det nødvendig å definere hvilke arrangementer særforbundet eier. Dette vil synliggjøre rettstilstanden for medlemmene og utenforstående, og det vil på denne måten også fremstå som mer naturlig at særforbundet nedfeller ulike betingelser for deltakelse i disse arrangementene.

Konsekvensen av eierskapsdefinisjonen som fremgår av NIFs lov, innebærer at særforbundene eier de fleste arrangementer som har en kommersiell verdi. Særforbundene eier således alle nasjonale konkurranser (som f.eks. NM), forutsatt at disse konkurransene er en del av særforbundets regelverk. I henhold til NIFs lov § 14-1 har særforbundene derfor rett til å stille betingelser for deltakelse, rett til å kreve vederlag fra publikum og retten til å utnytte de økonomiske muligheter som disse arrangementene gir grunnlag for.

En rekke særforbund har imidlertid tildelt eliteseriekubbene retten til selv å utnytte de fleste av de forannevnte verdier. Dette innebærer i realiteten at disse særforbundene har lisensiert/delegert disse rettighetene til klubbene.

Omfanget av og innholdet i lisensieringen/delegeringen bør etter vår mening presiseres. Dette kan gjøres slik vi har foreslått det i bestemmelsens fjerde ledd. Hva som konkret skal lisensieres/delegeres må selvfølgelig avgjøres av NRYF selv.

NRYF bør også ha særskilte bestemmelser hva gjelder reklamens størrelse, utforming og plassering. Etter vår mening bør dette utarbeides og vedtas av forbundsstyret slik at eventuelle justeringer kan utføres på en effektiv måte.

I internasjonale konkurranser er det viktig å regulere når utøverne skal konkurrere i landslagsdrakter. Normalt er dette i alle internasjonale konkurranser, men også her kan særforbundet velge å lisensiere/delegere markedsrettigheter til klubbene.

Det foreslås videre å innføre et system med en standard arrangørkontrakt som skal regulere rettigheter og plikter mellom NRYF og arrangørklubbene. Formålet er ikke bare å unngå forskjellsbehandling mellom arrangørklubbene. Det er også meget viktig at forholdet til arenareklame er avklart mellom partene på et tidlig tidspunkt slik at både arrangørklubb og NRYF har forutberegnelighet i forhold til hva de kan selge til sponsorene.

Til pkt. 5.2:

Dette punktet har som formål å regulere all markedsføring som ikke omfattes av pkt. 4 og pkt. 5.1. Eksempelvis faller markedsføring av landslagsutøvere inn under dette punktet.

Det er særlig viktig å regulere rettighetsforholdet til de klubber som har landslagsutøvere, all den tid klubber og særforbund har sammenfallende kommersielle interesser i slike situasjoner.

I slike tilfeller er det vesentlig at særforbundet og klubbene har gjensidig kontroll med hvordan landslagsutøverens kommersielle verdi utnyttes hos henholdsvis særforbund og klubb. Ettersom landslagsutøverne er et vesentlig element i de markedsavtaler særforbundet og klubbene inngår, må partene ha et system som gjør det mulig å ha oversikt over hva som "selges", herunder ha kontroll over hvilke bransjer landslagsutøverne er "solgt" til. Ved en regulering av ovennevnte forhold unngår man blant annet at en landslagsutøver profilerer to konkurrerende bedrifter og dermed unngår man mulige misligholdskrav fra sponsorene.

For å ivareta særforbundets og klubbens behov for kontroll av partenes markedsavtaler, bør det f.eks. inkorporeres en bestemmelse som medfører at de aktuelle klubbene ikke kan inngå markedsavtaler der landslagsutøverne deltar, uten etter forutgående skriftlig samtykke fra særforbundet. Dette vil blant annet medføre at partene får kontroll over hvilke bransjer landslagsutøverne er "solgt" til og hvilke bransjer som gjenstår.

For å få ytterligere kontroll med markedsrettighetene, samt å optimalisere markedspotensialet, kan særforbundet pålegge klubbene å benytte en standard markedsavtale for klubbene som er utarbeidet av særforbundet. Gjennom en slik avtale kan særforbundet stille konkrete krav til klubbens sponsorer, herunder f.eks. innta en klausul som gir særforbundet rett til å kjøpe ut klubben fra sine forpliktelser overfor sponsoren dersom særlige grunner foreligger. Dette kan være aktuelt dersom særforbundet ønsker å inngå en generalsponsoravtale med en bedrift som er i samme bransje som en av klubbens sponsorer. Forslag til en slik avtale er en del av de standarddokumenter som Idrettens Advokatkontor har utarbeidet for Markedsutvalget.

Til § 6 (Avtalenes varighet)

Det er viktig at markedsavtaler er tidsbegrensede og ikke har for lang varighet. Vi har derfor foreslått at avtalene ikke varer lenger enn fire år. Til orientering har NIFs regnskaps- og revisjonsbestemmelser regler som angir hvilket organ (styret eller årsmøtet) som må godkjenne en avtale.

Til § 7 (Sanksjoner ved brudd på markedsbestemmelsene)

Det er vesentlig at det fremgår at brudd på bestemmelsene kan sanksjoneres i henhold til NIFs lov kapittel 11. Etter NIFs lov kapittel 11 kan særforbundet også fatte administrative forføyninger. For å ivareta mer akutte situasjoner som f eks dersom en utøver stiller til start med ureglementert konkurransedrakt, anbefaler vi å ha en hjemmel som åpner for å nekte slike utøvere starttillatelse.
