

5 NORGES ROFORBUNDS MARKEDSBESTEMMELSER

§ 1 Virkeområde, formål og omfang

(1) Disse bestemmelser gjelder for Norges Roforbund (NR), NRs organisasjonsledd og utøvere medlem av NRs klubber (heretter kalt utøvere). Disse bestemmelsene kan kun endres av NR v/forbundstinget.

(2) Bestemmelsenes formål er blant annet å regulere:

- a) Avtaler og samarbeid mellom NR og dets organisasjonsledd og næringslivet
- b) Det interne forholdet mellom NR, dets organisasjonsledd og utøvere hva gjelder markedsavtaler
- c) Utøvernes rettigheter og plikter ved avtaler og samarbeid med næringslivet

(3) Bestemmelsene omfatter alle markedsavtaler som gjelder reklame og annen profilering, herunder blant annet:

- a) På konkurransedrakter, oppvarmingsdresser, sportsutstyr mv
- b) På idrettsanlegg mv
- c) I medlemsblad, program og annonser i dagspresse, ukepresse, radio, tv og internett mv
- d) Ved underholdning og lignende tiltak i forbindelse med arrangementer mv
- e) Bruk av utøvere i markedsføringsøyemed
- f) Bruk av organisasjonsleddenes logo/emblem mv

Med markedsavtaler omfattes også alle medieavtaler, det vil si avtaler om medierettigheter slik medierettigheter er definert i NIFs lov § 14-3.

(4) Disse markedsbestemmelser er utformet i henhold til NIFs lov kapittel 13 og 14, som også gjelder i tillegg til disse bestemmelsene.

§ 2 Rett til å inngå markedsavtaler

(1) Retten til å inngå markedsavtaler tilhører idrettens organisasjonsledd, jf. NIFs lov § 14-4. Det er kun organisasjonsledd som kan inngå avtaler med næringslivet, jf. NIFs lov § 13-3, med mindre vilkårene i dette markedsreglement § 3 er oppfylt. Særkretser kan likevel ikke inngå markedsavtaler uten etter forutgående skriftlig samtykke fra NR.

(2) NR har innsynsrett i markedsavtaler med næringslivet inngått av underordnet organisasjonsledd (kretser og klubber) eller utøvere, jf. også NIFs lov § 2-2.

(3) Alle avtaler skal være i henhold til NIFs lov og norsk lovgivning (f eks lov om pengespill m.v.). Alle markedsavtaler som omfatter markedsføring av utøvere skal inneholde en bestemmelse om at sponsoren ikke kan markedsføre utøvere som skal delta i de olympiske leker (OL) i OL-perioden, jf. IOCs charter.

§ 3 Utøvers rett til å inngå markedsavtaler

(1) En utøver kan ikke inngå individuelle markedsavtaler knyttet til sportslig virksomhet, herunder etablere ansettelsesforhold knyttet til sin sportslige virksomhet, annet enn med organisasjonsledd, jf. NIFs lov § 13-3 (3). I henhold til NIFs lov § 14-4 (2) tillater likevel NR at utøvere inngår – og står som part i – egne markedsavtaler forutsatt at:

- a) Det relevante organisasjonsleddet har gitt skriftlig aksept for at utøveren kan påbegynne forhandlinger med den aktuelle samarbeidspartneren
- b) Utøver informerer den aktuelle samarbeidspartneren om at en eventuell markedsavtale ikke er bindende før det relevante organisasjonsleddet har medsignert avtalen
- c) NRs standard avtale for private markedsavtaler benyttes
- d) Organisasjonsleddet godkjenner avtalen ved å medsignere den sammen med partenes (utøver og samarbeidspartneren) signatur
- e) Organisasjonsleddet mottar en rimelig andel av den verdien samarbeidsavtalen representerer

(2) Organisasjonsleddet står fritt til å nekte å akseptere utøverens forslag til avtale med den aktuelle samarbeidspartneren.

§ 4 Utøvers medvirkningsplikt og forbeholdsrett

(1) En utøver plikter å medvirke i gjennomføringen av NRs eller dets organisasjonsledds markedsavtaler i det omfang og med de begrensninger som følger av NIFs lov § 14-5.

(2) En utøver kan ta forbehold om ikke å bli benyttet i markedsføring dersom slik medvirkning vil stride mot utøverens etiske eller moralske overbevisning, jf. NIFs lov § 14-5 (3).

§ 5 Markedsrettigheter knyttet til idrettsarrangement, medierettigheter mv

(1) NR har eiendomsretten til de idrettsarrangementer det selv arrangerer og til idrettsarrangementer som er en del av et arrangementssystem regulert av NRs regelverk (Regattareglementet og NRs lov § 22 a), jf. NIFs lov § 14-2. NR har i henhold til dette blant annet eiendomsretten til følgende idrettsarrangementer:

- a) Alle terminfestede regattaer på vann
- b) Alle terminfestede konkurranser på land
- c) Andre arrangementer som arrangeres av eller for NR

(2) Eiendomsretten til et arrangement innebærer blant annet rett til å stille betingelser for deltakelse, rett til å kreve vederlag fra publikum, rett til å utnytte de økonomiske muligheter som arrangementet gir grunnlag for, herunder medierettigheter, jf. NIFs lov § 14-2 (3). Det vises for øvrig også til NIFs lov § 14-3 der begrepet medierettigheter er definert.

(3) Dersom NR benytter en klubb som teknisk arrangør skal det inngås en arrangøravtale mellom NR og den tekniske arrangøren der partenes rettigheter og forpliktelser skal fremgå. Den tekniske arrangøren skal normalt ha krav på alle publikumsinntekter, inntekter fra deltakeravgifter, annonseinntekter og inntekter fra stadionreklame som genereres gjennom arrangementet.

(4) For øvrige idrettsarrangementer har det organisasjonsleddet som arrangerer arrangementet, eiendomsretten til dette.

§ 6 Annen markedsføring

(1) NR eier samtlige markedsrettigheter som omfattes av landslagsvirksomheten, herunder blant annet alle rettigheter knyttet til markedsføring av de utøverne som til en hver tid er i NRs Elite- og Rekrutteringsgrupper (NR-roere). NR innehar i tillegg alle markedsrettigheter til utøvere uttatt til Junior- og U23-mesterskap begrenset til mesterskapsperiodene.

(2) I internasjonale konkurranser der utøverne representerer NR/Norge skal utøverne konkurrere i landslagsdrakter og følge NRs bekledningsinstruks.

For internasjonale arrangementer gjelder Det internasjonale Roforbundets (FISA) regler, og det henvises særlig til FISAs regler om reklame på konkurransedrakter (størrelse, utforming og plassering av reklame).

(3) Klubbene eier samtlige markedsrettigheter som omfattes av klubbvirksomheten, herunder blant annet alle rettigheter knyttet til markedsføring av de utøverne som er medlem av klubben med unntak av de utøvere som eventuelt er uttatt på NRs landslag, jf. denne bestemmelsens første ledd. Klubber som har landslagsutøvere som medlem og som ønsker å benytte disse i sin markedsføring, skal innhente NRs skriftlige forhåndsamtykke før avtale eventuelt inngås. NR 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 NRs standard markedsavtale.

§ 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.