

Les clowns dans la course

Un particulier va courir les 100 km de Millau au profit de l'association RIRE (interventions de clowns auprès d'enfants hospitalisés)

Damien Chicot, professeur de musique amateur de course à pied, participera le 27 septembre 2014 aux 100 km de Millau, au profit d'une association qui œuvre, par le rire, au bien-être des enfants hospitalisés, au sein des hôpitaux. Depuis 21 ans, RIRE forme très sérieusement des bénévoles au métier de clown. Ces derniers officient dans les services des hôpitaux du CHU de Montpellier et de l'hôpital du bassin de Thau. La vente de kilomètres de course permettra à cette association de poursuivre et d'intensifier ses activités auprès des enfants hospitalisés et de leurs familles.

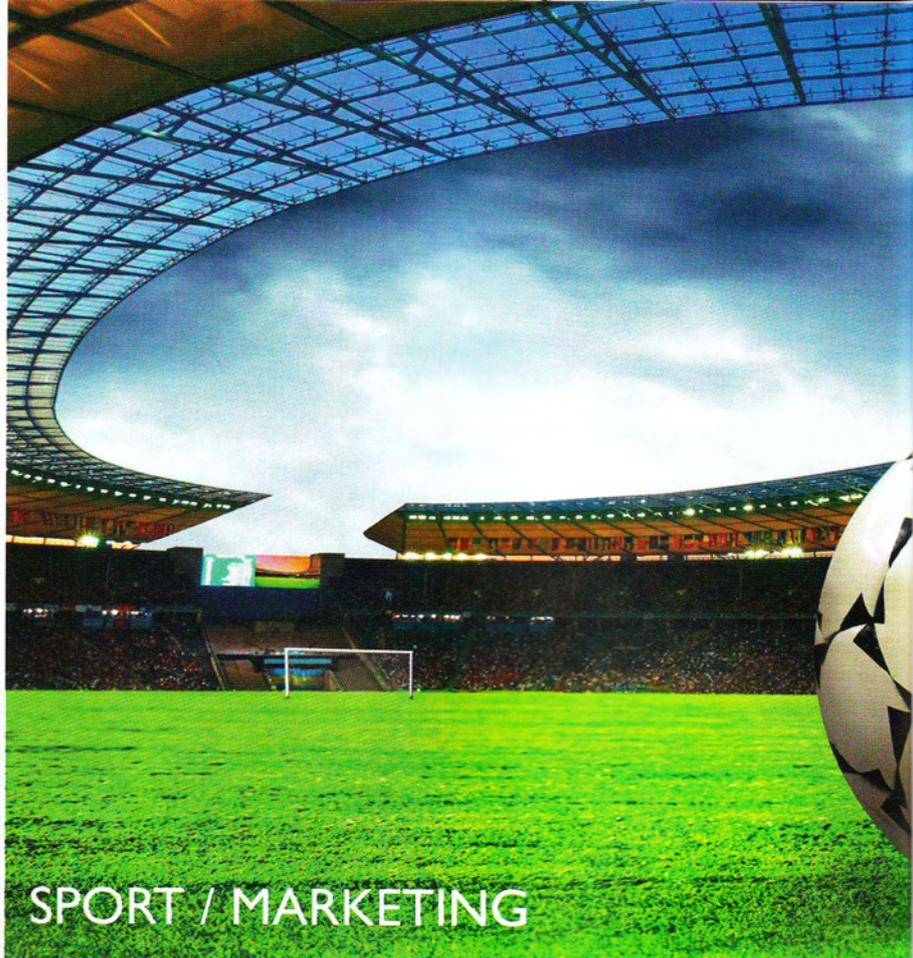


Les deux sportifs Damien Chicot et Pascal Richier (en maillot), accompagnés des clowns Plume (la présidente de l'association Rire, Colette Ferrara, en chemisier à pois) et Pépito (son vice-président, Philippe Lejeune), et d'Agnès Blazin, chargée de la communication et de la recherche de fonds de l'association.

Un don de soi, un don pour les autres. Coup de chapeau à Damien Chicot. Déjà auteur de l'hymne célébrant les 20 ans de Rire, il a souhaité participer aux 100 km de Millau pour l'association, en mettant en vente des kilomètres. Après avoir contacté l'association et reçu son feu vert, il a proposé à un ami de longue date, Pascal Richier, accro au VTT, de le suivre à vélo dans cette aventure pour assurer une partie de la logistique (ravitaillement, cadence, etc.). Celui-ci a accepté. Cette course est un gros challenge pour Damien Chicot, qui est plus habitué au format marathon. Il suit donc une préparation intensive et effectuée des repérages des lieux. Il devrait courir les 100 km en 10 à 12 heures, selon ses estimations. **Des sponsors et une star pour parain.** Cash Converters, Orchestra et Temps Course soutiennent cette action, sous diverses formes. Et le champion du monde de handball Grégory Anquetil en sera le parrain médiatique. **Combien ça coûte et qui peut donner ?** Un kilomètre coûte 50 euros au minimum. Les dons sont en partie déductibles des impôts. Ainsi, pour les particuliers, 66 % du montant du don est déductible des impôts, dans la limite de 20 % du revenu imposable. Pour les entreprises, 60 % du montant du don est déductible des impôts, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires. **A quoi servira l'argent ?** L'association de loi 1901 RIRE fonctionne grâce aux dons. Son budget de fonctionnement est de 80 000 euros par an. L'argent qui sera récolté durant cette opération permettra la continuité des interventions des clowns de RIRE au sein des hôpitaux (formation...). **Un suivi en direct.** La course sera filmée et relayée en direct sur le site Internet de l'association : www.clownhopital.org. Une page Facebook est consacrée à cet événement : www.facebook.com/pages/100kms-pour-RIRE

Virginie MOREAU

> Retrouvez plus d'infos sur RIRE dans notre 3 000^e numéro, à paraître le 26 juin 2014.



SPORT / MARKETING

Mondial de football :

La Fédération internationale de Football prend des mesures visant à garantir le respect des exclusivités consenties à prix d'or à ses partenaires, pour leur permettre d'utiliser les marques officielles de la compétition au Brésil. La grille des rencontres est également protégée par des droits de propriété intellectuelle.

La Coupe du Monde de football 2014 est un événement sportif planétaire suivi par plusieurs milliards de personnes dans le monde entier, jusqu'au 13 juillet prochain. La tentation est donc grande, dans ce contexte, pour les annonceurs, commerçants et autres, de s'inscrire dans le sillage de cette grande manifestation populaire afin de tirer profit de l'engouement du public. Consciente des enjeux attachés à cette rencontre, la Fédération internationale de Football Association (FIFA) a pris les devants et défini les règles d'utilisation des signes exclusifs attachés à la coupe du monde. Ainsi, qu'il s'agisse des marques déposées « FIFA », « World

Cup », « Copa 2014 », « Brazil 2014 » ou de leurs différentes traductions, de l'affiche officielle de l'événement, de l'emblème ou de la mascotte, toute utilisation est soumise à l'accord préalable exprès de la Fédération.

Lors d'une précédente édition de la Coupe du Monde, la Cour de cassation¹ avait eu l'occasion de sanctionner la société Hachette Filipacchi, qui avait reproduit, sur la couverture du magazine sportif *Onze mondial*, le trophée de la Coupe du Monde. L'éditeur estimait qu'une telle reproduction lui était permise, en application du droit à l'information du public. Dans un arrêt du