

CODE DE LA PUBLICITE DE L'ESCRIMEUR

PRINCIPES GENERAUX

p.1

Pour toutes les **compétitions olympiques et pré-olympiques**, les règles de la Charte Olympique sont seules applicables, particulièrement les règles 26 et 53 et les textes d'application.

p.2

Le présent code s'applique dans le respect de la règle du C.I.O à **toutes les compétitions internationales d'escrime** quelle que soit l'instance qui est responsable de son organisation (F.I.E, F.N).

p.3

La **publicité dans les locaux** est de la compétence des organisateurs. Elle est autorisée par la F.I.E pour autant qu'elle ne gêne ni les tireurs, ni les arbitres, ni les spectateurs.
Les impératifs de la télévision sont réservés.

CONTRAT COLLECTIF DE PUBLICITE

LES PARTIES

p.4

Le **contrat** collectif de publicité est conclu entre :

- 1 **Le sponsor**, entreprise commerciale, industrielle ou philanthropique, qui entend soutenir, à certaines conditions, une équipe, un groupe d'escrimeurs, un club, un groupement régional, une fédération ou un organisateur de tournoi.
- 2 **Un groupement sportif** officiellement reconnu selon les normes de la F.I.E. ou d'une Fédération Nationale.
 - a) Le contrat **d'utilisation d'image** (Cf. infra **p.11.1**) ne peut être conclu que par la F.I.E, le Comité National Olympique ou la Fédération Nationale de l'équipe intéressée. (Cf. règle 26 du C.I.O.)
 - b) Le contrat de **publicité portée** (Cf. **p.12**) peut être conclu par la F.I.E, le Comité National Olympique ou la Fédération Nationale.
 - c) Un groupement ne peut conclure de contrat de publicité que dans la mesure de sa compétence. En **cas de conflit** entre divers contrats, l'ordre de priorité est la F.I.E, puis la F.N. Dans le cadre des Jeux Olympiques, les dispositions prévues par le C.I.O sont prioritaires sur le C.N.O, la F.I.E et la F.N.

d) Un groupement sportif, en sa qualité d'organisateur d'événement sportif, peut inviter toute société à sponsoriser un événement si l'activité de cette dernière n'est pas en contradiction avec les règles de la FIE et la Charte Olympique.

3 **Un tireur ne peut conclure** un contrat individuel de publicité ou toucher une rémunération en relation avec la publicité qu'avec l'accord de sa Fédération Nationale, selon les dispositions du chapitre III ci-dessous.

FORME

p.5

- 1 Le **contrat** est nécessairement conclu par écrit, signé par les parties et accepté par les tireurs intéressés.
- 2 Les **Fédérations Nationales** sont responsables vis-à-vis de leur C.N.O et de la F.I.E de la régularité des contrats conclus par les Régions ou les Clubs, et peuvent approuver ces contrats ou mettre en place une procédure de contrôle.
- 3 **En cas de litige ou d'infraction**, la F.I.E peut exiger toutes justifications de la F.N, y compris la communication du contrat, à l'exception des modalités économiques et financières.

SITUATION DU TIREUR

p.6

- 1 On ne peut imposer à un tireur de **participer contre son gré** à une action publicitaire, même comportant une clause d'exclusivité.
- 2 On ne peut **exclure un tireur** d'une sélection ou d'une activité sportive au seul motif qu'il refuse de participer à une action publicitaire.
- 3 Le tireur peut **se voir refuser la part de subvention** (déplacement, entretien, matériel, etc.) qui est financée par un contrat de publicité auquel il n'aura pas voulu participer.
- 4 Le tireur sélectionné **ne peut refuser de porter et d'utiliser** l'équipement uniforme fixé par sa Fédération pour l'ensemble de l'équipe nationale à l'occasion d'une compétition.

CONTRAT INDIVIDUEL

PRINCIPE

p.7

Un tireur peut **se lier contractuellement** avec une firme ou une institution susceptible de l'assister - y compris financièrement - dans sa préparation, mais uniquement avec l'accord exprès et écrit de sa Fédération.

MODALITES

p.8

Le contrat ne peut porter que sur l'utilisation de **l'image du tireur** et ne peut contenir aucune disposition relative au mode d'entraînement du tireur et au choix des compétitions auxquelles il participe. Pour être approuvé par la Fédération Nationale concernée, le contrat doit mentionner expressément que les impératifs de la Fédération ou du Club **l'emportent systématiquement** et en toutes circonstances sur ceux de la firme ou de l'institution avec qui est signé le contrat.

REGLEMENTATION SPECIFIQUE

MARQUES

p.9

Définition

La **marque** est le nom ou le sigle qui permet d'identifier l'origine, le fabricant ou le vendeur d'un objet d'équipement du tireur.

Dès l'instant où une marque dépasse la dimension usuelle ou autorisée, elle devient une **publicité** et tombe sous le coup des dispositions ci-dessous. (Cf. **p.12**)

p.10

Localisations et dimensions

- 1 Les pièces d'**équipement** d'un tireur peuvent porter les marques visibles suivantes :
 - a) **masque**: une marque sur la partie terminale du ressort. Dimension maximum : 6 x 5,5 cm.
 - b) **veste** : une marque au bas de la veste sur la hanche du côté du bras non armé. Dimension maximum : 4,5 x 2 cm.
 - c) **culotte** : une marque au bas de la culotte, d'un seul côté. Dimension maximum : 4,5 x 2 cm.
 - d) **bas** : une marque sur chaque bas de dimension 4,5 x 2 cm.
 - e) **chaussures** : le nom de la marque sur chaque chaussure. Dimension maximum : 4,5 x 2 cm ou les sigles usuels (Par ex : bandes).
 - f) **gant** : aucune marque.
 - g) **arme** : aucune marque visible à distance.
- 2 L'objet d'équipement ne peut porter aucun signe distinctif (bande, dessin, liseré, etc.) autre que les **marques** ci-dessus autorisées.
- 3 Le **matériel annexe** peut porter les marques de fabrique suivantes :
 - a) **training** : la marque usuelle du training telle qu'elle figure sur l'ensemble de la production d'origine (ex : bandes pour Adidas) ; un signe de dimension

maximum de 10 x 10 cm, à gauche, sur la poitrine, ou le nom, de dimensions maximum de 10 x 4 cm, à gauche, sur la poitrine.

- b) **sac d'armes** : sans limitation.
- c) **sac de sport** : sans limitation.

UTILISATION DE L'IMAGE DU TIREUR

p.11

1 Définition :

Il s'agit des contrats de publicité qui prévoient :

- a) - l'utilisation de la **présence** d'un tireur
- b) - l'utilisation du **nom** d'un tireur
- c) - l'utilisation du **portrait** d'un tireur
- d) - l'utilisation des **déclarations** d'un tireur
- e) - l'utilisation des **performances** d'un tireur
- f) - toute autre utilisation de **l'image** ou de **la notoriété** d'un tireur qui est exploitée à des fins publicitaires.

2 Réglementation

Les dispositions ci-dessus (supra **p.4**, **p.5**, **p.6**) sont les **seules applicables**, ainsi que l'article 8.1.1 des Statuts de la F.I.E et la règle 26 du C.I.O.

PUBLICITE PORTEE

p.12

1 Définition

- a) La **publicité portée** est constituée par tout nom ou signe autres que la marque du fabricant ou du vendeur de la pièce d'équipement (Cf **p.9**) figurant sur le matériel, le matériel accessoire ou l'équipement du tireur.
- b) La marque qui dépasse les normes usuelles ou fixées ci-dessus (Cf. supra **p.10**) constitue une **publicité**.
- c) Sont interdites toutes les publicités **contraires à la loi** du pays dans lequel se déroule la compétition.

2 Tenue d'escrime et matériel

- a) Si la Fédération ou/et le tireur a/ont signé un **contrat de partenariat** avec une société commerciale ou autre, un logo de 125 cm² au maximum pourra être apposé sur le haut de la manche de la veste d'escrime (bras non armé), sur le côté (gauche ou droit) du pantalon, ou sur les chaussettes. Pour le sabre, il n'y aura pas de logo sur la manche.

- b) Le **nombre de logos** ne sera pas supérieur à quatre. La **surface totale** de l'ensemble des logos ne doit pas dépasser un total de 500 centimètres carrés.

3 Survêtements et vêtements

- a) Une publicité est admise sur le **survêtement officiel** d'une Fédération Nationale, dans le dos, entre les deux épaules :
- i - soit sous forme d'une **ligne** ne dépassant pas 10 cm de hauteur.
 - ii - soit sous forme d'un **signe** ne dépassant pas 15 x 15 cm.
- b) Le **logo du partenaire** de la Fédération ou du partenaire choisi pour l'arme considérée pourra en outre être apposé horizontalement sur le côté avant droit du survêtement ; ce logo ne devra pas dépasser la dimension de 50 cm².
- c) Par ailleurs, si le tireur a signé un contrat de partenariat avec une société commerciale ou autre, le survêtement officiel pourra porter **les mêmes logos** que la tenue d'escrime.
- d) Aux Championnats du Monde, seul le port du **survêtement officiel** de la Fédération Nationale est admis (cf. point **p.12.3.a**)).
- e) Dans **les autres compétitions** (sauf sur le podium pour les tournois de catégorie A), la **publicité est libre** sur le survêtement, le peignoir ou tout autre vêtement sous réserve de l'accord de la Fédération Nationale à laquelle appartient le tireur.

4 Matériel accessoire

La publicité est **libre** sur les sacs d'escrime et les sacs de sport.

5 Télévision

- a) Lorsqu'une compétition fait l'objet d'un **reportage télévisé**, les souhaits de la télévision sont prioritaires dans la limite des réglementations ci-dessus indiquées.
- b) Dans la mesure du possible, les **organiseurs** doivent indiquer, dans les conditions d'engagement, la façon dont la publicité portée par les tireurs sera admise.

CUISSARD OU AUTOCOLLANT

p.13

1 Principes

- a) Les organisateurs d'une compétition peuvent identifier les tireurs en leur attribuant un numéro porté sur **un cuissard** ou **un autocollant**.
- b) Le port de ce **cuissard** ou de cet **autocollant** est alors obligatoire pour les tireurs.

- c) L'**autocollant** doit être en matière rugueuse, empêchant le glissement de la pointe.
- d) Le **cuissard ou l'autocollant** peut porter une publicité dans les limites de la réglementation qui suit.
- e) La **circulaire** fixant les conditions d'engagement à la compétition doit préciser que les tireurs porteront un cuissard ou un autocollant et quelle sera la publicité. **L'engagement dans la compétition** implique l'acceptation par le tireur de l'obligation de porter le cuissard ou l'autocollant.

2 Localisations et dimensions

- a) Le **cuissard** doit être fixé sur la cuisse du côté du bras non armé. La **dimension** maximum du cuissard est de 20 x 20 cm. Le numéro du tireur doit avoir une hauteur de 10 cm et une largeur de 15 cm au minimum.
- b) Les **autocollants** doivent être fixés de chaque côté du masque, sur les parties latérales. La **dimension** maximum de l'autocollant est de 10 cm de largeur et de 15 cm de hauteur. Le numéro du tireur doit avoir une hauteur de 8 cm et une largeur de 8 cm au maximum. Au fleuret et à l'épée, seul l'autocollant de l'épreuve en cours devra être porté par les tireurs.
- c) Dans les deux cas, **la publicité**, texte ou signe, doit être placée en dessous du numéro et ne pas dépasser 35 mm de hauteur.
- d) Si l'autocollant apposé sur le masque **ne comporte pas de numéro**, il ne peut être utilisé à des fins publicitaires qu'après accord de la F.I.E.

SANCTIONS

CONTRAT INDIVIDUEL (p.7, p.8)

p.14

En cas **d'inobservation des règles** relatives au contrat individuel, la sanction est la suspension du tireur. Si, à la fin de la période de suspension, le tireur se place à nouveau en infraction, il perd alors sa qualité d'amateur et sa licence lui est retirée.

Voir le Règlement Disciplinaire de la FIE (Chapitre VII des Statuts de la FIE).

MARQUE NON CONFORME (p.10.1., a-g)

p.15

Obligation de **changer immédiatement** la pièce d'équipement et **avertissement**, puis **sanction** selon les **articles t.114, t.118, t.120-3e groupe)**

PUBLICITE SUR LA TENUE (p.12.2.a) - p.12.2.b))

p.16

Copyright FIE

Obligation de **changer immédiatement** la pièce d'équipement et **application des articles t.114, t.118, t.120-3ème groupe ou de l'article t.108.**

PUBLICITE NON CONFORME OU NON AUTORISEE (p.12.3.a) – p.12.3.e)

p.17

- 1 - Obligation de **faire disparaître** l'objet litigieux et **avertissement**.
- 2 - En cas de **récidive** pendant toute la compétition, **application des articles t.114, t.118, t.120-3ème groupe.**

CUISSARDS ET AUTOCOLLANTS (p.13.1& p.13.2)

p.18

- 1 Si le tireur **refuse de porter** le cuissard ou l'autocollant alors que cela a été régulièrement annoncé dans les conditions d'engagement, celui-ci est exclu de la compétition et ne figure pas au classement de l'épreuve.
- 2 Si les cuissards ou les autocollants **ne sont pas réglementaires**, l'organisateur doit les retirer et s'il ne les retire pas, il doit payer une amende de 500 \$ U.S.A. à la Fédération Nationale.
- 3 S'il s'agit d'une compétition comptant pour **la Coupe du Monde** (compétition A) l'amende est de 1 500 \$ U.S.A. en faveur de la F.I.E. et le tournoi perdra automatiquement sa qualification "A" pour l'année suivante.
- 4 En cas de **récidive** dans les 5 ans, l'amende est doublée et le tournoi ne figurera plus au Calendrier International pendant 3 ans.

PUBLICITE D'IMAGE (p.11)

p.19

Sanctions

- 1 La **première infraction** de publicité d'image en dehors d'un contrat régulièrement conclu est sanctionnée d'un avertissement de la Fédération Nationale ou de la F.I.E.
- 2 La **première récidive** est sanctionnée d'une suspension de 6 mois.
- 3 La **deuxième récidive** est sanctionnée d'une suspension de 1 an.
- 4 Les **récidives suivantes** sont sanctionnées d'une suspension de 2 ans à chaque infraction.

p.20

Faute

La faute du tireur incriminé est présumée.

- 2 Si le tireur **conteste sa responsabilité** dans l'infraction, il doit donner tous pouvoirs à la F.I.E pour procéder aux investigations nécessaires et céder à la F.I.E. ses droits d'agir contre l'auteur de l'utilisation abusive.
A défaut, le point b) 1. ci-dessus s'applique d'office.

p.21

Copyright FIE

Compétence et procédure

- 1** L'organe compétent de la FIE est la Commission de Discipline – voir le Règlement Disciplinaire de la FIE (Chapitre VII des Statuts de la FIE).
- 2** **La F.I.E.** communique aux Fédérations Nationales les sanctions devenues définitives.