

## CODE DE LA PUBLICITE DE L'ESCRIMEUR

### I. PRINCIPES GENERAUX

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.
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).
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.

### II. CONTRAT COLLECTIF DE PUBLICITE

#### A) LES PARTIES

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 IV B) 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. IV C) 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.
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.

## **B) FORME**

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.

## **C) SITUATION DU TIREUR**

- 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.

# **III. CONTRAT INDIVIDUEL**

## **A) PRINCIPE**

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.

## **B) MODALITES**

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.

## IV. REGLEMENTATION SPECIFIQUE

### A) *MARQUES*

#### a) 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. infra IV C)

#### b) Localisations et dimensions

1. Les pièces d'équipement d'un tireur peuvent porter les marques visibles suivantes :

<b>Masque :</b>	une marque sur la partie terminale du ressort. Dimension maximum : 6 x 5,5 cm.
<b>Veste :</b>	une marque au bas de la veste sur la hanche du côté du bras non armé. Dimension maximum : 4,5 x 2 cm.
<b>Culotte :</b>	une marque au bas de la culotte, d'un seul côté. Dimension maximum : 4,5 x 2 cm.
<b>Bas :</b>	une marque sur chaque bas de dimension 4,5 x 2 cm.
<b>Chaussures :</b>	le nom de la marque sur chaque chaussure. Dimension maximum : 4,5 x 2 cm ou les sigles usuels (Par ex : bandes).
<b>Gant :</b>	aucune marque.
<b>Arme :</b>	aucune marque visible à distance.

L'objet d'équipement ne peut porter aucun signe distinctif (bande, dessin, liseré, etc.) autre que les marques ci-dessus autorisées.

2. Le matériel annexe peut porter les marques de fabrique suivantes :

<b>Training :</b>	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 :</b>	sans limitation.
<b>Sac de sport :</b>	sans limitation.

### B) *UTILISATION DE L'IMAGE DU TIREUR*

#### a) Définition

Il s'agit des contrats de publicité qui prévoient :

- l'utilisation de la présence d'un tireur
- l'utilisation du nom d'un tireur
- l'utilisation du portrait d'un tireur
- l'utilisation des déclarations d'un tireur
- l'utilisation des performances d'un tireur

- toute autre utilisation de l'image ou de la notoriété d'un tireur qui est exploitée à des fins publicitaires.

## **b) Réglementation**

Les dispositions ci-dessus (supra II.) 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.

## **C) PUBLICITE PORTEE**

### **a) Définition**

1. 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 IV.A) figurant sur le matériel, le matériel accessoire ou l'équipement du tireur.
2. La marque qui dépasse les normes usuelles ou fixées ci-dessus (Cf. supra IV.A) constitue une publicité.
3. Sont interdites toutes les publicités contraires à la loi du pays dans lequel se déroule la compétition.

### **b) Tenue d'escrime et matériel**

A condition que cela ne constitue pas une publicité, les tireurs doivent porter leur nom et leur nationalité écrits en lettres capitales et de couleur bleu marine sur le dos de la veste. La hauteur des lettres sera de 10 cm maximum et 8 cm minimum. L'épaisseur des lettres variera en fonction de la longueur du nom.

Si la Fédération ou/et le tireur a/ont signé un contrat de partenariat avec une société commerciale ou autre, un logo de 50 cm<sup>2</sup> 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.

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 200 centimètres carrés.

### **c) Survêtements et vêtements**

1. Une publicité est admise sur le survêtement officiel d'une Fédération Nationale, dans le dos, entre les deux épaules :

- soit sous forme d'une ligne ne dépassant pas 10cm de hauteur.
- soit sous forme d'un signe ne dépassant pas 15 x 15 cm.

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 cm<sup>2</sup>.

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.

2. Aux Championnats du Monde, seul le port du survêtement officiel de la Fédération Nationale est admis (cf. point 1).

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.

#### **d) Matériel accessoire**

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

#### **e) Télévision**

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.

### ***D) CUISSARD OU AUTOCOLLANT***

#### **a) Principes**

1. Les organisateurs d'une compétition peuvent identifier les tireurs en leur attribuant un numéro porté sur **un cuissard** ou **un autocollant**.
2. Le port de ce cuissard ou de cet autocollant est alors obligatoire pour les tireurs.
3. L'autocollant doit être en matière rugueuse, empêchant le glissement de la pointe.
4. Le cuissard ou l'autocollant peut porter une publicité dans les limites de la réglementation qui suit.
5. 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.

#### **b) Localisations et dimensions**

1. 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.
2. 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.
3. Dans les deux cas, la publicité, texte ou signe, doit être placée en dessous du numéro et ne pas dépasser 35 mm de hauteur.

#### **c) Autocollant**

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.

## **V. SANCTIONS**

### **A) CONTRAT INDIVIDUEL (III.A et B)**

En cas de non observation des règles relatives au contrat individuel, le tireur sera suspendu selon les conditions du chapitre 7 des Statuts. Si à la fin de la période de suspension le tireur se place à nouveau en infraction, sa licence lui est retirée à titre définitif.

### **B) MARQUE NON CONFORME (IV.A-b) 1.)**

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

### **C) PUBLICITE SUR LA TENUE (IV.C-b)**

- 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.

### **D) PUBLICITE NON CONFORME OU NON AUTORISEE (IV.C-c)**

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

### **E) CUISSARDS ET AUTOCOLLANTS (IV-D)**

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.

Si les cuissards ou les autocollants ne sont pas réglementaires, l'organisateur doit les retirer. S'ils ne sont pas retirés pour une compétition de Coupe du Monde, les résultats ne seront pas enregistrés et l'organisateur perdra automatiquement sa qualification A. Pour ce même manquement au Championnat du Monde, les droits télévisuels ne lui seront pas versés et resteront acquis à la F.I.E.

### **F) PUBLICITE D'IMAGE (IV-B)**

#### **a) 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.

#### **b) Faute**

1. 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.

#### **c) Compétence et procédure**

1. L'organe compétent de la F.I.E. est le Bureau.
2. Les intéressés ont un recours auprès du Comité Exécutif dans un délai de 30 jours à dater de la réception de la notification de la décision. Le Comité Exécutif statue sans appel (application de l'article t.95 a).  
Le recours en cassation devant le Congrès est réservé, mais il n'a pas d'effet suspensif (application de l'article t.95 b-d).
3. La suspension est effective dès que la décision est définitive.
4. La F.I.E. a le droit d'évoquer et de sanctionner d'office toute infraction.
5. La F.I.E. communique aux Fédérations Nationales les sanctions devenues définitives.