

## 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 : 12.5 cm<sup>2</sup>.
  - b) **veste** : une marque au bas de la veste sur la hanche du côté du bras non armé. Dimension maximum : 30 cm<sup>2</sup>.
  - c) **pantalon** : une marque au bas du **pantalon**, d'un seul côté. Dimension maximum : 30 cm<sup>2</sup>.
  - d) **chaussettes** : une marque sur chaque **chaussette**. Dimension maximum : 10 cm<sup>2</sup>.
  - e) **chaussures** : le nom de la marque sur chaque chaussure. Dimension maximum : 10 cm<sup>2</sup> ou les sigles usuels (Par ex : bandes).
  - f) **gant** : Une marque : dimension maximum : 10 cm<sup>2</sup>. Si la marque est apposée sur le gant au moyen d'une étiquette (collée ou cousue), cette dernière doit obligatoirement être placée sur la manchette.
  - g) **arme** : Dimension maximum : 2.5 cm<sup>2</sup>.
  - h) **veste électrique** : une marque au bas de la veste sur la hanche du côté du bras non armé. Dimension maximum : 30 cm<sup>2</sup>.

- 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 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 logo du ou des sponsors pourront figurer sur chaque côté du masque.  
Dimension maximum : 100 cm<sup>2</sup> sur chaque côté du masque.

- b) Le **nombre de logos** ne sera pas supérieur à **cinq**. 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 cm<sup>2</sup>.
- 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.

## 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**

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**

Copyright FIE

## **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**

### **1 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**

## **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.

---

## CODE DE LA PUBLICITE DE L'ESCRIMEUR SWISS FENCING

Valable dès: 15.05.2013

---

### Préambule

**Le Code de la publicité de la FIE, août 2008, qui a été formulé en accord avec le CIO et qui respecte les règles du sport amateur, est le document de référence adopté par Swiss Fencing.**

Le présent document apporte des précisions supplémentaires et spécifiques à Swiss Fencing. Il constitue un annexe au Code de la publicité de la FIE et suit précisément la structure de ce dernier.

Cet annexe au Code de la publicité de la FIE est valable une année et se renouvelle d'année en année pour une durée indéterminée s'il n'est pas modifié par Swiss Fencing avant le 31 octobre de l'année en cours.

Si la FIE introduit des nouvelles consignes pour la publicité ou modifie les consignes actuelles, ces consignes sont automatiquement applicables et dans ce cas le présent règlement devra être interprété, modifié ou complété.

Chaque équipe et chaque escrimeur individuel se soumet à toutes les consignes liées à la publicité et émises par Swiss Fencing.

### **p.12** Règlementation spécifique - Publicité portée

Règlement obligatoire pour tous les tournois officiels de Swiss Fencing.

#### **2. Tenue d'escrime et matériel**

- a) Le nom de l'escrimeur doit figurer sur le dos de la veste d'escrime.  
Taille des lettres: 8-10 cm. Couleur: bleu marine

Le drapeau suisse (la flamme suisse), emblème de Swiss Fencing, doit figurer sur le pantalon d'escrime, au niveau de la cuisse, sur les deux jambes.

- b) Les surfaces publicitaires sont partagées comme suit entre le sponsor de Swiss Fencing et celui de l'escrimeur:  
3 logos personnels (privés ou de club) et 1 logo de Swiss Fencing (obligatoire si un contrat financier est conclu par Swiss Fencing)  
Swiss Fencing se réserve le droit de modifier cette règle en tout temps, pour la fin d'une année de calendrier, en cas de conclusion d'un contrat avec un sponsor.

Si, jusqu'à la fin de l'année civile (31 décembre), Swiss Fencing n'a pas de sponsor officiel, l'athlète peut alors utiliser les 4 espaces autorisés pour des sponsors privés ou de club, y compris si ce sponsor apparaît dans le courant de la nouvelle année civile.

Si, jusqu'à la fin de l'année civile (31 décembre) aucun accord n'a été passé entre un escrimeur et Swiss Fencing quand à l'utilisation de la surface publicitaire, Swiss Fencing peut alors utiliser les quatre logos pour un sponsor de la Fédération, y compris si ce sponsor apparaît dans le courant de la nouvelle année civile.



### 3. Survêtement et vêtements

- a) Swiss Fencing détermine le genre, la couleur et les accessoires de l'habillement pour l'entraînement de sa délégation lors des Championnats d'Europe et du Monde, des Coupes du Monde et des Grands Prix, autrement dit lors de toutes les compétitions officielles de la FIE. Les intérêts et les logos des sponsors de Swiss Fencing ont toujours la priorité sur les sponsors des clubs, des associations ou des escrimeurs.

Les escrimeurs qui participent aux Coupes du Monde, GP, CE et CM au nom de Swiss Fencing ont l'obligation de porter le survêtement officiel de Swiss Fencing.

Lors des remises de prix, interviews ou toutes autres apparitions devant les médias, l'escrimeur a l'obligation de porter les équipements (survêtement, t-shirt, short, pull, polo, veste, ...) officiels de Swiss Fencing.

Pour les autres tournois suisses, ainsi que pour les Championnats Suisse, les escrimeurs peuvent porter leur propre survêtement, celui de leur club ou de leur sponsor.

- b) Un ou plusieurs logos de 50 cm<sup>2</sup> max. (dont celui du ou des sponsors de Swiss Fencing) peut (doit) être apposé sur le devant de la veste de survêtement.

### 4. Matériel accessoire

Il n'y a aucune restriction, même pour les délégations aux Championnats d'Europe ou du Monde, sauf si Swiss Fencing a développé et acquis des sacs d'escrime particuliers avec le soutien d'un sponsor.

## **p. 22** Points supplémentaires spécifiques à Swiss Fencing

### **a) Publicité d'un autre genre pour les escrimeurs du cadre**

Si, sans l'intervention de Swiss Fencing, un sponsor est trouvé pour un groupe d'escrimeurs, une équipe ou pour une manifestation particulière, les désirs publicitaires du sponsor doivent être discutés auparavant en accord avec Swiss Fencing qui doit donner son consentement par écrit.

### **b) Publicité lors de manifestations**

La publicité diffusée dans les salles d'escrime, les journaux de clubs et au cours de tournois est exclusivement l'affaire du club/de l'organisateur.

Si Swiss Fencing a un sponsor qui désire être représenté à ces occasions, un accord doit être établi entre Swiss Fencing et le club organisateur.

Ceci est en particulier valable pour la représentation des sponsors lors de Championnats Suisses et de tournois de Coupe du Monde, d'Europe et GP en Suisse.

### **c) For juridique**

En cas de conflit, les parties s'engagent en premier à entendre les recommandations des conciliateurs de Swiss Fencing. Si les parties ne veulent pas suivre ces recommandations, elles doivent faire appel à la voie juridique.