

CÓDIGO DE LA PUBLICIDAD DEL ESGRIMISTA

CÓDIGO DE LA PUBLICIDAD DEL ESGRIMISTA

PRINCIPIOS GENERALES

p.1

Para todas las **competiciones olímpicas y pre-olímpicas**, sólo se aplicarán las reglas de la Carta Olímpica, particularmente las reglas 26 y 53 y los textos de aplicación.

p.2

El presente código se aplica en el respeto de la regla del C.I.O a **todas las competiciones internacionales de esgrima** cualquiera que sea la instancia que es responsable de su organización (F.I.E, F.N).

p.3

La **publicidad en los locales** es de la competencia de los organizadores. Es autorizada por la F.I.E siempre que ella no moleste a los tiradores, a los árbitros, ni a los espectadores.

Los requerimientos de la televisión son particulares de ésta.

CONTRATO COLECTIVO DE PUBLICIDAD

LAS PARTES

p.4

El **contrato** colectivo de publicidad es celebrado entre :

- 1 **El patrocinador**, empresa comercial, industrial o filantrópica, que se propone apoyar, en ciertas condiciones, un equipo, un grupo de esgrimistas, un club, una agrupación regional, una federación o un organizador de torneo.
- 2 **Una agrupación deportiva** oficialmente reconocida según las normas de la F.I.E. o de una Federación Nacional.
 - a) El contrato de **utilización de imagen** (Cf. infra p.11.1), puede ser celebrado sólo por la F.I.E, el Comité Nacional Olímpico o la Federación Nacional del equipo interesada. (Cf. regla 26 de I C.I.O.)
 - b) El contrato de **publicidad portada** (Cf. p.12) puede ser celebrado por la F.I.E, el Comité Nacional Olímpico o la Federación Nacional.
 - c) Una agrupación no puede celebrar un contrato de publicidad sino en la medida de su competencia. En **caso de conflicto** entre distintos contratos, el orden de prioridad es la F.I.E, luego la F.N. En el marco de los Juegos Olímpicos, las disposiciones previstas por el C.I.O son prioritarios sobre el C.N.O, la F.I.E y la F.N.
 - d) **Una agrupación deportiva, en su calidad de organizador del evento deportivo, puede invitar a toda sociedad a patrocinar un acontecimiento si la actividad de este último no está en contradicción con las reglas de la FIE y la Carta Olímpica.**

- 3 Un **tirador no puede celebrar** un contrato individual de publicidad o pactar una remuneración en relación con la publicidad ya acordada con su Federación Nacional, según las disposiciones del capítulo III.

FORMA

p.5

- 1 El **contrato** es celebrado necesariamente por escrito, firmado por las partes y aceptado por los tiradores interesados.
- 2 Las **Federaciones Nacionales** son responsables frente a su C.N.O y la F.I.E. de la regularidad de los contratos celebrados por las Regiones o los Clubes, y pueden aprobar estos contratos o establecer un procedimiento de control.
- 3 **En caso de litigio o de infracción**, la F.I.E puede exigir todas las justificaciones del F.N, incluida la comunicación del contrato, con excepción de las modalidades económicas y financieras.

SITUACIÓN DEL TIRADOR

p.6

- 1 No se puede imponer a un tirador de **participar contra su voluntad** en una acción publicitaria, ni siquiera implicando una cláusula de exclusividad.
- 2 No se puede **excluir a un tirador** de una selección o de una actividad deportiva por el solo motivo de negarse a participar en una acción publicitaria.
- 3 El tirador puede **rechazar la parte de subvención** (desplazamiento, entrevista, material, etc.) financiada por un contrato de publicidad de la cual no ha querido participar.
- 4 El tirador seleccionado **no puede negarse de llevar y de utilizar** el equipo uniforme fijado por su Federación para el conjunto del equipo nacional con motivo de una competición.

CONTRATO INDIVIDUAL

PRINCIPIO

p.7

Un tirador puede **vincularse contractualmente** a una firma o a una institución susceptible de asistirla –incluso financieramente- en su preparación, pero únicamente con el acuerdo expreso y escrito de su Federación.

MODALIDADES

p.8

El contrato puede referirse sólo a la utilización de **la imagen del tirador** y no puede contener disposición alguna referente al modo de entrenamiento del tirador y elección de las competiciones a las cuales participa. Para ser aprobado por la Federación Nacional concerniente, el contrato debe mencionar expresamente que los imperativos de la Federación o del Club **se llevan sistemáticamente** y en toda circunstancia sobre aquellos de la firma o de la institución con quien se firme el contrato.

REGLAMENTACIÓN ESPECÍFICA

MARCAS

p.9 Definición

La **marca** es el nombre o la sigla que permiten identificar al origen, el fabricante o el vendedor de un objeto de equipo del tirador. A partir de ese instante donde una marca supera la dimensión usual o autorizada, se convierte en una publicidad y cae bajo el golpe de las disposiciones siguientes. (Cf. p.12).

p.10 Localizaciones y dimensiones

- 1 Los partes del **equipamiento** de un tirador pueden llevar las siguientes marcas visibles:
 - a) **máscara**: una marca en la parte terminal del resorte. Dimensión máxima: 12,5 cm².
 - b) **chaqueta**: una marca en la parte baja de la chaqueta sobre la cadera del lado del brazo no armado. Dimensión máxima: 30 cm².
 - c) **pantalón**: una marca al pie del pantalón, en un solo costado. Dimensión máximo: 30 cm².
 - d) **calcetines**: una marca en cada calcetín. Dimensión máxima: 10 cm².
 - e) **zapatos**: el nombre de la marca sobre cada zapato. Dimensión máxima: 10 cm² o las siglas habituales (por ejemplo: bandas).
 - f) **guante**: Una marca: dimensión máxima: 10 cm². Si la marca está situada sobre el guante mediante una etiqueta (pegada o cosida), esta última deberá colocarse obligatoriamente en el manguito.
 - g) **arma**: Dimensión máxima: 2,5 cm².
 - h) **chaqueta eléctrica**: una marca en la parte inferior de la chaqueta sobre la cadera del brazo desarmado. Dimensión máxima: 30 cm².
- 2 El objeto de equipo no puede llevar ninguna otra señal (faja, dibujo, ribete, etc.) que las **marcas** arriba autorizadas.
- 3 El **material anexo** puede llevar las siguientes marcas de fábrica:
 - a) **training**: la marca usual del training que figura en la licencia de la producción de origen, ej: fajas para Adidas; una señal de dimensión máxima de 10 x 10 cm, a la izquierda, sobre el pecho, o el nombre, de dimensiones máximas de 10 x 4 cm, a la izquierda, sobre el pecho.
 - b) **Bolso de armas**: sin limitación.

- c) **Bolso de deporte:** sin limitación.

UTILIZACIÓN DE LA IMAGEN DEL TIRADOR

p.11

1 Definición:

Se trata de los contratos de publicidad que preven :

- a) la utilización de la **presencia** de un tirador
- b) la utilización del **nombre** de un tirador
- c) la utilización del **retrato** de un tirador
- d) la utilización de las **declaraciones** de un tirador
- e) la utilización de los **resultados** de un tirador
- f) Cualquier otra utilización de **la imagen** o de **la notoriedad** de un tirador que es explotada a los fines publicitarios.

2 Reglamentación:

Las disposiciones antedichas (supra p.4, p.5, p.6) son los **únicas aplicables**, así como el artículo 8.1.1 de los Estatutos de la F.I.E y la norma 26 del C.I.O.

PUBLICIDAD PORTADA

p.12

1 Definición

- a) La **publicidad portada** está constituida por todo nombre u otros signos con la marca del fabricante o del vendedor en la parte del equipo (Cf p.9), que figura en el material, el material accesorio o el equipo del tirador.
- b) La marca que supere las normas usuales o las mencionadas anteriormente (Cf. supra p.10) constituye una **publicidad**.
- c) Son prohibidas todas las publicidades **contrarias a la ley** del país en el cual se desarrolla la competición.

2 La vestimenta del esgrimista y material

- a) Si la Federación y/o el tirador firmó un **contrato de asociación** con una sociedad comercial u otra, un logotipo de 125 cm² como máximo podrá ser colocado sobre el alto de la manga de la chaqueta de esgrima (brazo no armado), sobre el lado (izquierdo o derecho) del pantalón, o sobre los calcetines. Para el sable, no habrá logotipo sobre la manga.

El logotipo del o de los patrocinadores podrá situarse en ambos lados de la careta. Dimensión máxima: 100 cm² en ambos lados de la careta.

- b) El **número de logotipos** no será superior a cinco. La **superficie total** del conjunto de los logos no debe superar un total de 500 centímetros cuadrados

-
- a) Si la Federación y/o el tirador firmó un **contrato de patrocinio** con una sociedad comercial u otra, un logotipo podrá ser colocado:
- en la parte superior de la manga de la chaqueta de esgrima (brazo no armado), **3 logotipos máximo de una medida máxima de 85 cm² cada uno**
 - en los calcetines;
 - en el guante: un logotipo máximo de 30 cm² impreso en el puño (la fijación por costura y pegado no está autorizada);
 - en las clavículas, un máximo de dos logotipos (uno de cada lado) de una medida máxima de 50 cm² cada uno;
 - en el cuello de la chaquetilla de esgrima o chaquetilla conductora, un solo logotipo de 30 cm² como máximo;
 - en la espalda, un solo logotipo, debajo del código de nacionalidad, de una medida de 250 cm² máximo.

El logotipo del patrocinador podrá situarse en ambos lados de la careta. Dimensión máxima: 100 cm² en ambos lados de la careta.

- b) El número de logotipos no será superior a **diez**.

Aplicación a partir de la temporada 2019 – 2020.

3 Buzos y pantalones (joggins), camisetas

- a) Una publicidad es admitida sobre la **vestimenta oficial** de una Federación Nacional, en la espalda, entre los dos hombros:
 - i o en forma de una **línea** que no sobrepase los 10 cm de altura.
 - ii o en forma de un signo que no sobrepasará los 15 x 15 cm.
- b) El **logo de afiliado** de la Federación o del socio elegido para el arma considerada podrá ser colocado horizontalmente sobre el costado delantero derecho de la vestimenta. Este logotipo no deberá superar la dimensión de 50 cm².
- c) Por otro lado, si el tirador firmó un contrato de asociación con una sociedad comercial u otro, la vestimenta oficial podrá llevar **los mismos logos** que la vestimenta de esgrima.
- d) A los Campeonatos del Mundo, sólo se admitirá el uso de la **vestimenta oficial** de la Federación Nacional (cf. punto 12.3.a.).
- e) En **las otras competiciones** (excepto sobre el podio para los torneos de categoría A), la **publicidad es libre** sobre buzos, pantalones, camisetas, salidas de baño o cualquier otra prenda de vestir a reserva del acuerdo de la Federación Nacional a la cuál pertenece el tirador.

4 Material accesorio

La publicidad es **libre** sobre los bolsos de esgrima y los bolsos de deporte.

5 Televisión

- a) Cuando una competición es realizada con el objeto de un **reportaje televisivo**, los deseos de la televisión son prioritarios pero siempre dentro de los límites de las reglamentaciones arriba indicadas.

SANCIONES

CONTRATO INDIVIDUAL (p.7, p.8)

p.14

En caso de **inobservancia de las reglas** relativas al contrato individual, la sanción, es la suspensión del tirador. Si, al final del período de suspensión, el tirador se coloca nuevamente en infracción, pierde entonces su calidad de amateur y su licencia le es retirada.

Ver el Reglamento Disciplinario de la FIE (Capítulo VII de los Estatutos de La FIE).

MARCA NO REGLAMENTARIA (p.10.1., a-g)

p.15

Obligación de **cambiar inmediatamente** la parte del equipo y **advertencia**, luego **sanción** según los artículos t.114, t.118, t.120-3e)

PUBLICIDAD SOBRE LA VESTIMENTA (p.12.2.a - p.12.2.b)

p.16

Obligación de **cambiar inmediatamente** la parte del equipo y aplicación de los artículos t.114, t.118, t.120-3 o del artículo t.108.

PUBLICIDAD NO REGLAMENTARIA O NO AUTORIZADA (p.12.3.a – p.12.3.e)

p.17

- 1 - Obligación de **hacer desaparecer** el objeto litigioso y **advertencia**.
- 2 - En caso de repetición a lo largo de toda la competición, aplicación de los artículos t.114, t.118, t.120-3.

CUISSARDS Y AUTOADHESIVOS (p.13.1 y p.13.2)

p.18

- 1 Si el tirador **rechaza de portar** el cuissard o el autoadhesivo cuando haya sido anunciado regularmente en las condiciones de compromiso, éste es excluido de la competición y no aparecerá a la clasificación de la prueba.
- 2 Si los cuissards o los autoadhesivos **no son reglamentarios**, el organizador debe retirarlos y si no las retira, debe pagar una multa de 500 \$ U.S.A. a la Federación Nacional.
- 3 Si se trata de una competición por la **Copa del Mundo** (competición A) la multa es de 1.500 \$ U.S.A. en favor de la F.I.E. y el torneo perderá automáticamente su calificación "A" para el siguiente año.

- 4 En caso de reiteración dentro en los 5 años, la multa será el doble y el torneo no figurará en el Calendario Internacional durante 3 años.

PUBLICIDAD DE IMAGEN (p.11)

p.19

Sanciones

- 1 La **primer infracción** de publicidad de imagen fuera de un contrato regularmente celebrado se sanciona con una advertencia de la Federación Nacional o de la F.I.E.
- 2 La **primera repetición** es sancionada con una suspensión de 6 meses.
- 3 La **segunda repetición** es sancionada con una suspensión de 1 año.
- 4 Las **repeticiones siguientes** son sancionadas con una suspensión de 2 años a cada infracción.

p.20

1 Falta

La falta del tirador incriminado se presume como tal.

- 2 Si el tirador **impugna su responsabilidad** en la infracción, él debe dar todos los poderes a la F.I.E para proceder a las investigaciones necesarias y ceder a la F.I.E. sus derechos de actuar contra el autor de la utilización abusiva.
En caso contrario, se aplicará de oficio el punto 1 arriba mencionado.

p.21

Competencia y procedimiento

- 1 El órgano competente de la FIE es la Comisión de Disciplina - ver el Reglamento Disciplinario de la FIE (Capítulo VII de los Estatutos de la FIE).
- 2 La FIE comunica a las Federaciones Nacionales las sanciones se han convertido en definitivas.