

CODIGO DE LA PUBLICIDAD DEL ESGRIMIDOR

Edición febrero 2004 FIE

El Código de la Publicidad fue adoptado el 21 de Mayo de 1.983 por el 64º Congreso Ordinario de la F.I.E. de Alghero, bajo la presidencia del Sr. Giancarlo Brusati, M.H.

El proyecto, redactado por el Sr. Jacques Hochstaetter, Presidente de la Comisión Especial, fue sometido a aprobación del Comité Olímpico Internacional. El C.O.I. aprobándolo por su carta de 12 de Abril de 1.983, confirmó que el Código de la Publicidad está de acuerdo a las reglas actuales sobre el amateurismo.

I. Principios generales.

1. Para todas las competiciones olímpicas y preolímpicas, únicamente se aplicarán las normas de la Carta Olímpica, especialmente las normas 26 y 53 y los textos de aplicación.
2. El Presente código se aplica, dentro del respeto de la reglamentación del C.O.I., a todas las competiciones de esgrima cualquiera que sea la instancia responsable de su organización (F.I.E., FN, Agrupación o Club).
3. La publicidad en los locales es competencia de los organizadores. Está autorizada salvo que, a Juicio del Directorio Técnico, moleste a los tiradores, los jueces o los espectadores. Quedan reservados los imperativos de la televisión.
4. El presente código no concierne a la denominación de un torneo.
5. El C.O.I. ha recordado que, según las directivas de la CEE, esta prohibido adoptar sanciones contra un tirador que se niegue a participar en un contrato de publicidad concertado por su Federación Nacional.

II. Contrato colectivo de publicidad.

A) LAS PARTES

El contrato colectivo de publicidad se acuerda entre:

1. El patrocinador, empresa comercial, industrial o filantrópica que pretende apoyar, bajo ciertas condiciones, a un equipo, a un grupo de esgrimidores, a un club, a una agrupación regional, a una federación o a un organizador de un 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 (rf. IV.B) únicamente puede ser concertado por la F.I.E., el Comité Nacional Olímpico o la Federación Nacional del equipo interesado (rf. artículo 93 de los Estatutos y norma 26 del C.O.I.).
 - b) El contrato de publicidad portada (rf. IV.C) puede ser concertado por la F.I.E., el Comité Nacional Olímpico, la Federación Nacional, la región o el club del equipo interesado.
 - c) Una agrupación solamente puede firmar un contrato de publicidad únicamente en la medida que no exceda de su competencia.

En caso de conflicto entre diversos contratos, el orden de prioridad es: F.I.E., FN.

En el caso de los Juegos Olímpicos, las disposiciones previstas por el COI tienen prioridad sobre el CON, la FIE y la Federación Nacional.

3. Un tirador no puede formalizar un contrato individual de publicidad ni percibir remuneración alguna en relación con la publicidad, sin el acuerdo de su Federación Nacional según las disposiciones del artículo 93.2 de los Estatutos y del capítulo III siguiente.

B) FORMA

1. El contrato debe ser necesariamente formalizado por escrito, firmado por las partes y aceptado por los tiradores interesados
2. Las Federaciones Nacionales son responsables frente a sus CON y frente a la F.I.E., de la legalidad de los contratos concluidos por las regiones o los clubes y pueden aprobar estos contratos o fijar un procedimiento de control
3. En caso de litigio o de infracción, la F.I.E., puede exigir cualesquiera justificaciones de la FN,, incluida la comunicación del contrato, a excepción de los aspectos económicos y financieros.

C) SITUACION DEL TIRADOR

1. No se puede imponer a un tirador participar, contra su voluntad, en una acción publicitaria, aun cuando lleve 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 no querer participar en una acción publicitaria.
3. El tirador puede ver denegada la parte de subvención (desplazamiento, mantenimiento, material, etc.) que sea financiada por un contrato de publicidad en el que no haya querido participar.
4. El tirador seleccionado no puede negarse a llevar y a utilizar el equipamiento uniforme fijado por su Federación para el conjunto del equipo nacional para una competición.

III. Contrato individual.

A) PRINCIPIOS

Un tirador se puede comprometer contractualmente con una firma o una institución susceptible de apoyarle -incluso financieramente- en su preparación, siempre y cuando cuente con el acuerdo expreso por escrito de su Federación.

B) MODALIDADES

El contrato únicamente puede formalizarse sobre la utilización de la imagen de un tirador y no puede contener ninguna disposición relativa al modo de entrenamiento del tirador ni a la elección de las competiciones en las que participa. Para ser aprobado por su Federación, el contrato debe mencionar expresamente que la normativa de la Federación o Club prevalecen sistemáticamente y en cualquier caso sobre aquellas de la firma o institución con la que se ha firmado el contrato. Las cantidades que debe percibir el tirador, si las hubiera, deben obligatoriamente ser controladas por su Federación Nacional.

IV. Reglamentación específica.

A) MARCAS

a) Definición

La marca es el nombre o la sigla que permite identificar el origen, el fabricante o el vendedor de un objeto del equipo de un tirador.

En cuanto una marca sobrepasa la dimensión usual o autorizada, pasa a ser considerada publicidad y le son de aplicación las disposiciones siguientes (rf. IV.C).

b) Ubicación y dimensiones

1. Las piezas del equipo de un tirador pueden llevar las marcas visibles siguientes:

Careta: una marca en la parte final del muelle. Dimensión máxima: 6 x 5,5 cm.

Chaquetilla: una marca en el bajo de la chaquetilla, sobre la cadera, en el lado del brazo no armado. Dimensión máxima 4,5 x 2

cm.

Pantalón: una marca en el bajo del pantalón, en una sola pernera. Dimensión máxima: 4,5 x 2 cm.

Medias: una marca en cada media de 4,5 x 2 cm.

Calzado: el nombre de la marca en cada zapatilla. Dimensión máxima: 4,5 x 2 cm. o las siglas usuales (p. ej. bandas).

Guante: ninguna marca.

Arma: ninguna marca visible a distancia.

Los objetos del equipamiento no pueden llevar ningún signo distintivo (banda, dibujo, ribete, etc.) a excepción de las marcas autorizadas anteriormente.

2. El material anexo puede llevar las marcas de fábrica siguientes:

Entrenamiento: la marca no verbal habitual del equipo de entrenamiento tal como figura en el conjunto de la producción original (p. ej. bandas para Adidas), y una sigla, con dimensión máxima de 10 x 10 cm., en el pecho a la izquierda o el nombre, con dimensiones máximas de 10 x 4 cm. en el pecho a la izquierda.

Saca de armas: sin limitación.

Bolsa de deportes: sin limitación.

B) UTILIZACION DE LA IMAGEN DEL TIRADOR

a) Definición

Trata de los contratos de publicidad que prevén:

- la utilización de la presencia de un tirador
- la utilización del nombre de un tirador
- la utilización del retrato de un tirador
- la utilización de las declaraciones de un tirador
- la utilización de las actividades de un tirador
- cualquier otra utilización de la imagen o la notoriedad de un tirador, que sean explotados con fines publicitarios.

b) Reglamentación

Las disposiciones mencionadas más arriba (II) se aplican sin más, así como el artículo 93 de los Estatutos de la F.I.E., y la norma 26 del C.O.I..

C) PUBLICIDAD PORTADA

a) Definición

1. La publicidad portada está constituida por cualquier nombre o signo distintos a la de la marca del fabricante o del vendedor del elemento de equipo (rf. IV.A) que figura en el equipo, el material o el material accesorio del tirador
2. La marca que sobrepasa las normas usuales o fijadas más arriba (rf. IV.A) constituye una publicidad.
3. Está prohibida la publicidad contraria a la ley del país en el que se desarrolla la competición

b) Traje de esgrima y material

A condición de que no constituya una publicidad y salvo en casos de fuerza mayor, los tiradores deberán llevar obligatoriamente, en todas las competiciones de la FIE y en todas las etapas de dichas competiciones, su nombre y nacionalidad escrito en letras mayúsculas azul marino en el dorso de la chaquetilla. La altura de las letras debe estar comprendida entre 8 cm. y 10 cm.. El espesor de las letras variará en función del número de letras que compongan el nombre. Si la Federación y/o el tirador ha/han firmado un contrato de patrocinio con una sociedad comercial u otra, podrá ser colocado un logotipo de 125 cm² como máximo sobre la parte superior de la manga de la chaquetilla de esgrima (brazo no armado), sobre el lado (derecho o izquierdo) del pantalón o sobre los calcetines. En el sable no podrá colocarse logotipo en la chaquetilla.

El número de logotipos no podrá ser superior a cuatro (que podrán ser idénticos). La superficie total del conjunto de logos no debe sobrepasar un total de 500 centímetros cuadrados.

- Los diseños de los colores nacionales sobre el brazo y o la pierna de los atletas son obligatorios y deben ser idénticos para los tiradores de una misma federación para las pruebas siguientes:

a) Campeonatos del Mundo y Campeonatos del Mundo Juniors/Cadetes, todos los matches, púoles, eliminación directa y en encuentros por equipos

b) Competiciones de la Copa del Mundo por equipos, todos los matches en todos los encuentros.

Los diseños de los colores nacionales deben ser enviados a la FIE para su homologación por el Comité Ejecutivo

En caso de vestimenta no conforme a los diseños enviados a la FIE, de falta de nombre o nacionalidad en la espalda, se infligirá una tarjeta roja al tirador concernido, en cada entrada en la pista en el curso de la competición.

c) Chándales y trajes

1. Sobre el chándal oficial de una Federación Nacional se admite publicidad en la espalda, entre los hombros:

- bien una línea que no sobrepase los 10 cm. de altura
- bien un signo que no sobrepase los 15 x 15 cm.

El logotipo del patrocinador de la Federación o del patrocinador elegido para el arma en cuestión podrá además ser colocado horizontalmente sobre el lado delantero derecho del chándal. Este logotipo no deberá sobrepasar las dimensiones siguientes: 50 cm².

Además, si el tirador ha firmado un contrato de patrocinio con una sociedad comercial u otra, el chándal oficial podrá llevar los mismos logotipos que el traje de esgrima.

2. En los Campeonatos del Mundo sólo se permite llevar el chándal oficial de la Federación Nacional.

En el resto de competiciones (salvo en el podio de los torneos de categoría "A") la publicidad en el chándal, el albornoz o cualquier otra vestimenta es libre y no tiene otra limitación que la establecida por la Federación Nacional a la que pertenezca el tirador.

3. En los Campeonatos del Mundo y torneos de categoría "A", en el momento de la presentación de finalistas y en el momento de la entrega de premios, los tiradores se deberán presentar en el podio en traje de esgrima o con el chándal oficial completo (chaqueta y pantalón) de su país (rf. punto 1). La chaqueta deberá mantenerse cerrada durante toda la ceremonia oficial.

En la pista, el tirador debe presentarse exclusivamente en traje de esgrima, completo y cerrado.

d) Material accesorio

En las sacas y las bolsas de deporte la publicidad es libre.

e) Televisión

Cuando una competición es objeto de un reportaje televisado, los deseos de la televisión son prioritarios dentro del límite de la reglamentación aquí indicadas. En la medida de lo posible los organizadores deben indicar, si ha lugar, en las normas de inscripción la forma en la cual la publicidad portada por los tiradores será admitida.

D) BANDA O AUTOADHESIVO

a) principio

1. Los organizadores de una competición pueden identificar a los tiradores atribuyéndoles un número que deberán llevar sobre una banda o un autoadhesivo.

2. El llevar esta banda o este autoadhesivo es, así pues, obligatorio para los tiradores.

3. El autoadhesivo debe ser de materia áspera, que impida el deslizamiento de la punta.
4. La banda o el autoadhesivo puede llevar una publicidad dentro de los límites de la reglamentación que sigue.
5. La circular que fije las condiciones de inscripción a la competición debe precisar que los tiradores llevarán una banda o un autoadhesivo y cual será la publicidad.

La inscripción en la competición implica la aceptación por el tirador de la obligación de llevar la banda o el autoadhesivo.

b) Ubicación y dimensiones

1. La banda tiene que fijarse en el muslo en el lado del brazo no armado.

La dimensión máxima de la banda es de 20 x 20 cm.

El número del tirador debe tener una altura de 10 cm. y una anchura de 15 cm. como mínimo.

2. El autoadhesivo debe fijarse a la careta, en los laterales de la misma.

La dimensión máxima del autoadhesivo es de 10 cm. de anchura y de 15 cm. de altura.

El número del tirador debe tener una altura de 8 cm. y una anchura de 8 cm. como máximo. **A florete y a espada únicamente el autoadhesivo de la prueba en curso deberá ser llevado por los tiradores.**

3. En ambos casos la publicidad, texto o marca, debe estar situada debajo del número y no podrá sobrepasar 35 mm. de altura.

c) Autoadhesivo

Si el autoadhesivo de la careta y la chaquetilla no tiene un número, no puede ser utilizado para fines publicitarios mas que de acuerdo con la FIE.

V. Sanciones.

A) CONTRATO INDIVIDUAL (III.A y B)

En caso de incumplimiento de las reglas del contrato individual, la sanción será la suspensión del tirador. Si finalizado el período de suspensión el tirador comete una nueva infracción pierde además su condición de amateur y le es retirada su licencia. Ver el reglamento disciplinario de la FIE. (Capítulo VII de los estatutos de la FIE)

B) MARCA NO CONFORME (IV.A-b) 1.)

obligación de cambiar inmediatamente la parte del equipamiento, seguida de sanción según los artículos t.114, t.118, t.120-3er grupo.

C) PUBLICIDAD SOBRE EL TRAJE (IV.C-b)

obligación de cambiar inmediatamente la pieza de equipamiento, y aplicación de los artículos t.114, t.118, t.120-3er grupo o del artículo t.108.

D) PUBLICIDAD NO ADECUADA O NO AUTORIZADA (IV.C-c)

obligación de hacer desaparecer el objeto en litigio y advertencia

en caso de reincidencia durante la competición, aplicación de los artículos t.114, t.118, t.120-3er grupo.

E) BANDAS Y AUTOADHESIVOS (IV.D)

1. El tirador que se niegue a llevar la banda o el autoadhesivo cuando haya sido regularmente anunciado, será excluido de la competición y no figurará en la clasificación de la prueba.

2. Si las bandas o los autoadhesivos no fueran reglamentarios, el organizador deberá retirarlas y si no los retira, deberá pagar una multa de 500\$ USA a la Federación Nacional.

Si se trata de una competición puntuable para la Copa del Mundo (competición A), la multa será de 1.500\$ USA a favor de la F.I.E. y el torneo perderá automáticamente su categoría "A" para el año siguiente.

En caso de reincidencia en 5 años, la multa se doblará y el torneo no volverá a figurar en el Calendario Internacional durante 3 años.

F) PUBLICIDAD DE IMAGEN (IV.B)

a) Sanciones

1. La primera infracción de publicidad de imagen fuera de un contrato reglamentariamente formalizado se sancionará con una advertencia de la Federación Nacional o de la F.I.E..

2. La primera reincidencia será sancionada con una suspensión de 6 meses.

3. La segunda reincidencia será sancionada con una suspensión de 1 año.

4. Las reincidencias siguientes serán sancionadas con una suspensión de 2 años por cada infracción.

b) Falta

1. Se presume la falta del tirador inculcado

2. Si el tirador rechaza su responsabilidad en la infracción, debe conceder 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 su defecto se aplica de oficio el punto b) 1. anterior.

c) Competencia y procedimiento

1. El órgano competente de la F.I.E. es la comisión de disciplina. Ver el reglamento disciplinario de la FIE (Capítulo VII de los estatutos de la FIE)

2. La F.I.E. comunica a las Federaciones Nacionales las sanciones firmes.