

## KODEKS REKLAMY SZERMIERZA

### ZASADY OGÓLNE

#### punkt 1

Do wszystkich **zawodów olimpijskich i przedolimpijskich** mają wyłączone zastosowanie przepisy Karty Olimpijskiej, a w szczególności artykuły 26 i 53 oraz akty wykonawcze.

#### punkt 2

Niniejszy kodeks stosuje się, zgodnie z zasadami MKIO, do **wszystkich międzynarodowych zawodów w szermierce**, bez względu na organ odpowiedzialny za ich organizację (FIE, Federacja Narodowa).

#### punkt 3

**Reklama w pomieszczeniach** wchodzi w zakres kompetencji organizatorów. FIE dopuszcza stosowanie tego typu reklamy, pod warunkiem, że nie przeszkadza ona zawodnikom, sędziom, ani widzom.  
Wymagania telewizji są zastrzeżone.

### ZBIOROWY KONTRAKT REKLAMOWY

#### *STRONY*

#### punkt 4

Zbiorowy **kontrakt** reklamowy zostaje zawarty pomiędzy:

**1** Sponsorem, przedsiębiorstwem komercyjnym, przemysłowym lub filantropijnym, które chce wspierać – pod pewnymi warunkami – drużynę, grupę szermierzy, klub, ugrupowanie lokalne, federację lub organizatora turnieju.

**2** a oficjalnie uznaną **drużyną sportową** zgodnie z normami FIE lub Federacją Narodową.

**a)** Kontrakt dotyczący **użycia wizerunku** (*vide punkt 11.1* poniżej) może zostać zawarty wyłącznie przez FIE, Narodowy Komitet Olimpijski lub Narodową Federację zainteresowanej drużyny. (*Vide* artykuł 26 Karty Olimpijskim MKIO)

**b)** Kontrakt dotyczący **reklamy na stroju** (*vide punkt 12*) może zostać zawarty przez FIE, Narodowy Komitet Olimpijski lub Narodową Federację.

**c)** Drużyna sportowa może zawrzeć kontrakt reklamowy wyłącznie w ramach swoich kompetencji. **W przypadku konfliktu** pomiędzy poszczególnymi kontraktami, FIE ma pierwszeństwo przed Federacją Narodową. W ramach Igrzysk Olimpijskich, przepisy przewidziane przez FIE są nadrzędne względem przepisów Narodowego Komitetu Olimpijskiego, FIE oraz Federacji Narodowej.

**d)** Drużyna sportowa, jako organizator wydarzenia sportowego, może zaproponować wybranej spółce sponsorowanie wydarzenia, pod warunkiem, że jej działalność nie jest sprzeczna z przepisami FIE oraz przepisami zawartymi w Karcie Olimpijskiej.

**3 Zawodnik może zawrzeć** indywidualny kontrakt reklamowy lub pobierać wynagrodzenie związane z reklamą wyłącznie za zgodą Narodowej Federacji, zgodnie z zapisami rozdziału III.

## **FORMA**

### **punkt 5**

**1 Kontrakt** zostaje zawarty obowiązkowo w formie pisemnej i musi zostać podpisany przez strony i zaakceptowany przez zawodników, których dotyczy.

**2 Federacje Narodowe** są odpowiedzialne wobec Narodowych Komitetów Olimpijskich oraz FIE za prawidłowość kontraktów zawartych przez Regiony lub Kluby i mogą zatwierdzać te kontrakty lub wprowadzić procedury ich kontroli.

**3 W przypadku sporu lub przewinienia**, FIE może wymagać przedstawienia przez Federację Narodową wszelkich koniecznych dowodów, w tym przedstawienia kontraktu, z wyłączeniem postanowień ekonomicznych i finansowych.

## **SYTUACJA SZERMIERZA**

### **punkt 6**

- 1 Nie można zmusić szermierza do **uczestniczenia wbrew jego woli** w akcji reklamowej, nawet jeżeli kontrakt zawiera klauzulę wyłączności.
- 2 Nie można **wykluczyć szermierza** z selekcji lub jakiegokolwiek aktywności sportowej jedynie z powodu jego odmowy uczestniczenia w akcji reklamowej.
- 3 Szermierzowi można **odmówić wypłacenia części dofinansowania** (transport, konserwacja i utrzymanie, sprzęt etc.), która jest pokrywana ze środków pochodzących z kontraktu reklamowego, w którym nie będzie chciał uczestniczyć.
- 4 Szermierz wybrany do reprezentacji **nie może odmówić noszenia i używania** jednolitego wyposażenia ustalonego dla całej drużyny narodowej na czas danych zawodów.

## **KONTRAKT INDYWIDUALNY**

### **ZASADA**

#### **punkt 7**

Szermierz może **zawrzeć kontrakt** z firmą bądź instytucją, która będzie w stanie mu pomóc – w tym finansowo – w przygotowaniach, ale wyłącznie pod warunkiem otrzymania wyraźnej i pisemnej zgody ze strony Federacji, do której należy.

### **WARUNKI**

#### **punkt 8**

Kontrakt może dotyczyć wyłącznie używania **wizerunku szermierza** i nie może zawierać żadnego zapisu dotyczącego rodzaju treningu szermierza ani wyboru zawodów, w których bierze udział. Aby kontrakt mógł zostać przyjęty przez Federację Narodową szermierza, musi zawierać wyraźny zapis dotyczący zasady **systematycznej wyższości** wymogów Federacji lub Klubu we wszelkich możliwych okolicznościach nad imperatywami firmy lub instytucji, z którą szermierz podpisuje kontrakt.

## PRZEPISY SZCZEGÓLNE

### MARKI

#### punkt 9

##### Definicja

**Marka** jest nazwą lub skrótem, który pozwala zidentyfikować pochodzenie, producenta lub sprzedawcę artykułu wyposażenia szermierza.

W przypadku, kiedy znak markowy przekracza zwykłe lub dozwolone wymiary, staje się **reklamą** i podlega postanowieniom zawartym w dalszej części niniejszego Kodeksu. (*vide* punkt 12)

#### punkt 10

##### Umiejscowienie i wymiary

1 Artykuły **wyposażenia** szermierza mogą nosić następujące widoczne znaki:

- a) **maska**: znak na końcowej części sprężyny. Maksymalne wymiary: 6 x 5,5 cm.
- b) **bluza**: znak na dole bluzy, na poziomie biodra, po stronie ręki nieuzbrojonej. Maksymalne wymiary: 4,5 x 2 cm.
- c) **spodnie**: znak w dolnej części spodni, z jednej strony. Maksymalne wymiary: 4,5 x 2 cm.
- d) **skarpety**: na każdej skarpecie znak wielkości 4,5 x 2 cm.
- e) **buty**: nazwa marki na każdym bucie. Maksymalne wymiary: 4,5 x 2 cm lub zwyczajowe symbole (np. paski).
- f) **rękawica**: brak znaku.
- g) **broń**: brak znaku widocznego z daleka.

2 Artykuł wyposażenia nie może posiadać żadnych znaków rozpoznawczych (pasków, rysunków, lamówek etc.) poza **znakami** dopuszczonymi powyżej.

3 **Wyposażenie dodatkowe** może nosić następujące znaki firmowe:

- a) **dresy**: zwykłe znaki firmowe, takie same jak figurujące na wszystkich oryginalnych produktach (np. paski w przypadku marki Adidas), znak o maksymalnych wymiarach 10 x 10 cm po lewej stronie, na klatce piersiowej, lub nazwa, nie większa niż 10 x 4 cm po lewej stronie, na klatce piersiowej.

- b) **torba szermiercza**: bez ograniczeń.
- c) **torba sportowa**: bez ograniczeń.

## **UŻYWANIE WIZERUNKU SZERMIERZA**

### **1 Definicja:**

#### **punkt 11**

Chodzi o kontrakty reklamowe, w których przewidziano:

- a) - użycie **obecności** szermierza
- b) - użycie **nazwiska** szermierza
- c) - użycie **wizerunku** szermierza
- d) - użycie **wypowiedzi** szermierza
- e) - użycie **osiągnięć** szermierza
- f) - wszelkie inne sposoby użycia **wizerunku** lub **popularności** szermierza, wykorzystywanych w celach reklamowych.

### **2 Przepisy**

Mają zastosowanie wyłącznie powyższe zapisy (punkty 4, 5 oraz 6), artykuł 8.1.1 Statutu FIE oraz artykuł 26 Karty Olimpijskiej MKOl.

## **REKLAMA NA STROJU**

### **1 Definicja**

#### **punkt 12**

- a) Za **reklamę na stroju** uznaje się wszelkie nazwy lub znaki, inne niż marka producenta lub sprzedawcy danego elementu wyposażenia (*vide punkt 9*), widniejące na sprzęcie, akcesoriach lub wyposażeniu zawodnika.
- b) Marka, która przekracza przyjęte lub ustalone powyżej normy (*vide punkt 10*) stanowi **reklamę**.

c) Zakazane są wszelkie reklamy **sprzeczne z prawem** obowiązującym w kraju, w którym odbywają się zawody.

## 2 Strój szermierski oraz sprzęt

a) Jeżeli Federacja i/lub szermierz podpisała/podpisali **kontrakt partnerski** ze spółką komercyjną lub inną, logotyp nie przekraczający powierzchni 125 cm<sup>2</sup> może zostać umieszczony w górnej części rękawa bluzy szermierczej (ręka nieuzbrojona), na bocznej części spodni (lewej lub prawej) lub na skarpetkach. Nie wolno umieszczać logotypu na rękojęści szabli.

b) **Liczba logotypów** nie może przekraczać czterech. **Całkowita powierzchnia** wszystkich logotypów nie może przekraczać 500 centymetrów kwadratowych.

## 3 Dresy i ubrania

a) Dozwolona jest reklama na **oficjalnym dresie** Federacji Narodowej, na plecach, pomiędzy ramionami:

- i - w formie **linii**, której wysokość nie przekracza 10 cm.
- ii - w formie **znaku**, którego wymiary nie przekraczają 15 x 15 cm.

b) **Logo partnera** Federacji lub partnera wybranego dla danej broni może ponadto zostać umieszczone poziomo na przedniej prawej części dresu. Powierzchnia tego logo nie może przekraczać 50 cm<sup>2</sup>.

c) Co więcej, jeżeli szermierz podpisał kontrakt partnerski ze spółką komercyjną lub inną, dres oficjalny może nosić **te same logotypy**, co strój szermierski.

d) Podczas Mistrzostw Świata dozwolone jest wyłącznie noszenie oficjalnego dresu Federacji Narodowej (*vide p.12.3.a*).

e) Podczas **pozostałych zawodów** (poza podium w zawodach kategorii A) **reklama jest wolna od ograniczeń** na dresie, szlafroku lub jakimkolwiek innym ubraniu, pod warunkiem otrzymania zgody ze strony Federacji Narodowej, do której należy szermierz.

## 4 Akcesoria

Reklamy na torbach szermierczych i torbach sportowych są **wolne od ograniczeń**.

## 5 Telewizja

- a) Jeżeli zawody są przedmiotem **relacji telewizyjnej**, życzenia formułowane przez telewizję są priorytetowe, pod warunkiem, że mieszczą się w ramach wyżej wymienionych przepisów.
- b) W miarę możliwości, **organizatorzy** powinni wskazać w warunkach kwalifikacji sposób, w jaki będzie dopuszczana reklama na strojach.

### **OPASKA NA UDO LUB NAKLEJKA**

#### **punkt 13**

#### **1 Zasady**

- a) Organizatorzy zawodów mogą identyfikować szermierzy poprzez nadanie im numeru do noszenia na **opasce na udo** lub na **naklejce**.
- b) Noszenie **opaski na udo** lub **naklejki** staje się wtedy obowiązkowe dla szermierzy.
- c) **Naklejka** musi być wykonana z szorstkiego materiału, tak aby zapobiec ślizganiu się końcówki broni.
- d) Na **opasce na udo** lub na **naklejce** może znajdować się reklama, ograniczona poniżej przedstawionymi przepisami.
- e) **Okólnik** określający warunki kwalifikacji do zawodów musi wskazywać, że szermierze będą nosili opaskę na udo lub naklejkę i jaka reklama będzie dopuszczalna. **Zakwalifikowanie się do zawodów** zakłada, że szermierz zgadza się z obowiązkiem noszenia opaski na udo lub naklejki.

#### **2 Umieszczenie i wymiary**

- a) **Opaska na udo** musi znajdować się na udzie po stronie ręki nieuzbrojonej. Maksymalne **wymiary** opaski na udo wynoszą 20 x 20 cm. Numer zawodnika musi mieć wymiary co najmniej 10 cm wysokości i 15 cm szerokości.
- b) **Naklejki** powinny być przymocowane z każdej strony maski, w częściach bocznych. Maksymalne **wymiary** naklejki, to 10 cm szerokości i 15 cm wysokości. Numer zawodnika może mieć maksymalnie 8 cm wysokości i 8 cm szerokości. W konkurencjach ze szpadą i floretem szermierze będą zobowiązani nosić wyłącznie naklejkę trwającą rozgrywki.
- c) W obu przypadkach **reklama**, tekst lub znak muszą zostać umieszczone poniżej numeru i ich wysokość nie może przekraczać 35 mm.

d) Jeżeli na naklejce przyklejonej do maski **nie widnieje numer**, użycie naklejki w celach reklamowych wymaga uprzedniej zgody ze strony FIE.

## SANKCJE

### **KONTRAKT INDYWIDUALNY (punkt 7, punkt 8)**

#### **punkt 14**

W przypadku **nieprzestrzegania zasad** kontraktu indywidualnego, szermierz zostaje zawieszony. Jeżeli, po zakończeniu okresu zawieszenia, szermierz ponownie łamie zasady kontraktu wypada z kategorii amatorów i odbierana mu jest licencja.  
*Vide* Regulamin Dyscyplinary FIE (rozdział VII Statutu FIE).

### **MARKA NIEZGODNA Z ZASADAMI (punkt 10.1., a-g)**

#### **punkt 15**

Obowiązek **natychmiastowej wymiany** artykułu wyposażenia oraz **ostrzeżenie**, a następnie **sankcja** zgodnie z **artykułami t.114, t.118, t.120-3. grupa**

### **REKLAMA NA CZĘŚCIACH UBIORU (punkt 12.2.a) – punkt12.2.b))**

#### **punkt 16**

Obowiązek **natychmiastowej wymiany** artykułu wyposażenia i **zastosowanie artykułów t.114, t.118, t.120-3. grupa lub artykułu t.108.**

### **REKLAMA NIEZGODNA Z ZASADAMI LUB NIEDOZWOLONA (punkt 12.3.a) – punkt 12.3.e))**

#### **punkt 17**

- 1 - Obowiązek **usunięcia** elementu będącego przedmiotem sporu oraz **ostrzeżenie**.
- 2 - W przypadku **powtarzających się naruszeń** w okresie trwania zawodów **stosuje się artykuły t.114, t.118, t.120-3. grupa.**

### **OPASKI NA UDO I NAKLEJKI (punkt 13.1 i punkt 13.2)**

#### **punkt 18**

- 1 Jeżeli szermierz **odmawia noszenia** opaski na udo lub naklejki, mimo że



warunek ten został wyraźnie zawarty w warunkach kwalifikacji, zostaje wykluczony z zawodów, a jego nazwisko nie widnieje w klasyfikacji zawodów.

**2** Jeżeli opaski na udo bądź naklejki są **niezgodne z przepisami**, organizator zobowiązany jest je usunąć, a jeżeli tego nie zrobi, będzie zmuszony zapłacić karę finansową wysokości 500 dolarów amerykańskich na rzecz Federacji Narodowej.

**3** W przypadku zawodów liczących się w rankingu do **Mistrzostw Świata** (zawody A) wysokość kary finansowej wynosi 1500 dolarów amerykańskich do wpłacenia na rzecz FIE. a turniej automatycznie utraci kwalifikację w kategorii "A" na kolejny rok.

**4** W przypadku powtórzenia naruszenia w ciągu 5 lat, wysokość kary finansowej zostaje podwojona, a turniej nie będzie figurował w Międzynarodowym Kalendarzu przez 3 lata.

## **REKLAMA DOTYCZĄCA WIZERUNKU (punkt 11)**

### **punkt 19**

#### **Sankcje**

**1** **Pierwsze przewinienie** związane z reklamą dotyczącą wizerunku, w ramach podpisanego kontraktu, jest karane ostrzeżeniem ze strony Federacji Narodowej lub FIE.

**2** **Pierwsze powtórzenie naruszenia** jest karane zawieszeniem na okres 6 miesięcy.

**3** **Drugie powtórzenie naruszenia** jest karane zawieszeniem na okres 1 roku.

**4** **Kolejne powtórzenia naruszenia** są karane zawieszeniem na 2 lata po każdym wykroczeniu.

### **punkt 20**

#### **1 Przewinienie**

Wina szermierza jest domniemana.

**2** Jeżeli szermierz **podważa swoją odpowiedzialność** w przewinieniu, musi przekazać FIE pełnomocnictwo do przeprowadzenia koniecznego dochodzenia i zrzec się na rzecz FIE praw do prowadzenia działań przeciwko autorowi nielegalnego użycia wizerunku. W przeciwnym przypadku stosuje się automatycznie punkt b) 1 zawarty powyżej.

## **punkt 21**

### **Kompetencja i procedura**

**1** Właściwym organem FIE jest Komisja Dyscypliny – patrz Regulamin Dyscyplinarny FIE (rozdział VII Statutu FIE).

**2** **FIE** informuje Federacje Narodowe o tym jakie decyzje zapadły ostatecznie w sprawie sankcji.