

# **ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ**

## **ПРИЛОЖЕНИЕ. КОДЕКС ПУБЛИЧНОСТИ ПО ФЕХТОВАНИЮ**

### **НА КОЛЯСКАХ**

*Вступает в силу 1 сентября 2021 года, если не указано иное*

**Глава I. Общие принципы и соответствующие тексты**

**Глава II. Коллективный рекламный договор**

**Глава III. Индивидуальный контракт**

**Глава IV. Особые правила**

**Глава V. Наказания**

#### **ГЛАВА I. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ И СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТЕКСТЫ**

**П.1.** Ко всем паралимпийским и предпаралимпийским соревнованиям применимы только правила Паралимпийской хартии и тексты о том, как они должны применяться.

**П.2.** Настоящий кодекс применяется, в соответствии с правилами МПК, ко всем международным соревнованиям по фехтованию на колясках, кто бы ни отвечал за их организацию (Международная федерация [IWF], национальная федерация).

**П.3.** Ответственность за размещение рекламы в местах, где проводится фехтование на колясках, несут организаторы. Это не должно причинять неудобств фехтовальщикам, судьям или публике, контролируется Техническим Директоратом с одобрения IWF. Необходимо также соблюдать требования телевидения.

#### **ГЛАВА II. КОЛЛЕКТИВНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ ДОГОВОР**

##### **ДОГОВОР**

##### **П.4. Стороны**

Коллективный рекламный договор заключается между:

1. Спонсором, коммерческим, промышленным или филантропическим концерном, который предлагает поддержку на определенных условиях команде, группе фехтовальщиков на колясках, клубу, региональной организации, федерации или организатору турнира.

2. Спортивной организацией, официально признанной соответствующей нормам, установленным IWF или национальной федерацией.

а) Контракт на использование изображения (см. п. 11.1 ниже) может быть заключен только IWF, национальным паралимпийским комитетом или национальной федерацией соответствующей команды.

б) Контракт на ношение рекламной информации (см. п.12 ниже) может быть заключен IWF, национальным паралимпийским комитетом или национальной федерацией.

в) Организация может заключать контракт только в пределах своей собственной компетенции. В случае конфликта между различными контрактами приоритет отдается IWF, т. затем национальной федерации. В случае проведения Паралимпийских игр, мероприятия, проводимые Международным Паралимпийским комитетом, имеют приоритет перед мероприятиями, проводимыми национальным паралимпийским комитетом, IWF и национальной федерацией.

г) Спортивная организация как организатор спортивного мероприятия может пригласить любого спонсора для поддержки мероприятия, если ее деятельность не противоречит правилам IWF и Паралимпийской хартии.

3. Фехтовальщик на колясках может заключить индивидуальный рекламный контракт или получить оплату, связанную с рекламой, только в том случае, если это сделано с согласия его национальной федерации в соответствии с договоренностями, изложенными в Главе III ниже.

## **П.5. Процедура**

1. Контракт должен быть составлен в письменной форме, подписан сторонами и принят заинтересованными фехтовальщиками на колясках.

2. Национальные федерации несут ответственность перед своими национальными паралимпийскими комитетами и IWF за то, чтобы контракты, заключаемые регионами и клубами, соответствовали Правилам, были согласованы или с установленными процедурами их проверки.

3. В случае любого судебного разбирательства или нарушения Правил, IWF может потребовать от национальной федерации все соответствующие документы, включая сам контракт, за исключением экономических и финансовых положений.

## **П.6. Права фехтовальщика на коляске**

1. Ни одного фехтовальщика на инвалидных колясках нельзя заставить участвовать против его/ее воли в рекламном контракте, даже в том, в котором есть пункт об исключениях.

2. Ни один фехтовальщик на колясках не может быть исключен из отбора или из спортивного мероприятия исключительно потому, что он / она не желает принимать участие в какой-либо рекламной деятельности.

3. Фехтовальщику на колясках может быть отказано в доле гранта (на проезд, техническое обслуживание, экипировку и т.д.), который финансируется за счет рекламного контракта, участником которого он/она не желает быть.

4. Отобранный фехтовальщик на колясках не может отказаться от ношения и использования униформы, указанной его Федерацией для всей национальной команды на любых соревнованиях.

## ГЛАВА III. ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ КОНТРАКТ

### П.7. Принцип

Фехтовальщик на колясках может связать себя контрактом с фирмой или учреждением, способным помочь ему/ей — в том числе финансово — в его/ее подготовке, но только с конкретного письменного согласия его / ее федерации.

### П.8. Ограничения

Контракт может касаться только использования изображения фехтовальщика на колясках и может не содержать каких-либо положений, касающихся методов подготовки фехтовальщика на колясках или выбора соревнований, в которых он/она фехтует. Чтобы быть одобренным соответствующей национальной федерацией, в контракте должно быть четко указано, что требования федерации или клуба всегда и при любых обстоятельствах имеют приоритет над требованиями фирмы или учреждения, с которыми был подписан контракт.

## ГЛАВА IV. ОСОБЫЕ ПРАВИЛА

### ЛОГОТИП

#### П.9. Определение

Логотип – это название или значок, который идентифицирует происхождение, производителя или продавца конкретной части снаряжения фехтовальщика на колясках. Как только логотип превышает обычные или разрешенные размеры, он становится рекламой и подпадает под действие нижеприведенных правил (см. П.12).

#### П.10. Положение и размеры

1. Предметы экипировки фехтовальщиков на колясках могут иметь следующие видимые логотипы:

- а) Маска – один логотип, максимальный размер  $12,5 \text{ см}^2$ , на задней стороне эластичной ленты или эквивалентного ей защитного элемента.
- б) Нагрудник – один логотип внизу куртки на бедре со стороны невооруженной руки, максимальный размер  $30 \text{ см}^2$ .
- в) Брюки/бриджи – один логотип в верхней части штанины, только с одной стороны, максимальный размер  $30 \text{ см}^2$ .
- г) Носки – по одному логотипу на каждом носке, максимальный размер  $10 \text{ см}^2$ .
- д) Обувь – Название бренда на каждой обуви, площадью не более  $10 \text{ см}^2$ , обычный элемент декора или опознавательный знак (например, полосы).
- е) Перчатка – один логотип, максимальный размер:  $10 \text{ см}^2$ . Если логотип закреплен на перчатке в виде этикетки (приклеенной или пришитой), она должна быть на манжете.
- ж) Оружие – максимальный размер:  $2,5 \text{ см}^2$ .

з) Электрокуртка – один логотип в нижней части куртки на бедре со стороны невооруженной руки. Максимальный размер: 30 см<sup>2</sup>.

и) Спортивная коляска – один логотип, максимальный размер: 30 см<sup>2</sup>, с указанием производителя спортивной коляски. Каждый конкретный элемент спортивной коляски, например, рама, колеса, шины и т.д., может содержать один логотип: максимальный размер 10 см<sup>2</sup>.

к) Защитные круги для спиц – на каждом круге для спиц может быть нанесен один логотип: максимальный размер 10 см<sup>2</sup>.

л) Фартук – один логотип: максимальный размер: 6 см х 5,5 см (33 см<sup>2</sup>) для размещения на нетокопроводящем материале (пояс).

2. На изделия экипировки не должно быть никаких отличительных знаков (полосы, дизайн, каймы и т.д.), кроме тех, которые разрешены выше.

3. Вспомогательное оборудование может иметь следующие элементы производителя:

а) Спортивная форма с простым элементом, который присутствует на всех изделиях одного и того же производителя (например, полосы Adidas) и один логотип, максимальный размер 10х10 см, на левой стороне груди, или название, максимальный размер 10х4 см, на левой стороне груди.

б) Фехтовальный чехол – без ограничений.

в) Спортивная сумка – без ограничений.

г) Бытовая коляска – без ограничений, за исключением того, что размеры логотипов любых производителей должны соответствовать размерам для спортивной коляски, описанным в п.10.1. и выше.

## **П.11. Использование изображения фехтовальщика на колясках**

### **1. Определение**

Этот раздел касается рекламных контрактов, которые предлагают:

- а) использование наличия фехтовальщика на коляске;
- б) использование имени фехтовальщика на колясках;
- в) использование изображения фехтовальщика на коляске;
- г) использование слов, сказанных фехтовальщиком на колясках;
- д) использование выступления фехтовальщика на колясках;
- е) любое другое использование изображения или популярности фехтовальщика на колясках в рекламных целях.

### **2. Правила**

Меры, изложенные выше (см. П. 4, П. 5, П. 6), могут применяться отдельно.

## П.12. Реклама

### 1. Определение

- а) Реклама относится к любому названию или эмблеме, кроме товарного знака производителя или продавца соответствующего снаряжения (см. П. 9), которое указано на основном или вспомогательном элементе экипировки фехтовальщика-колясочника.
- б) Логотип, превышающий размеры, которые являются обычными или указанными выше (см. П. 10), представляет собой рекламу.
- в) Вся реклама, противоречащая законодательству страны, в которой проводится соревнование, запрещена.

### 2. Одежда и экипировка для фехтования.

- а) Если федерация и/или фехтовальщик на колясках подписали спонсорский контракт с коммерческой или другой организацией, логотип этого спонсорского партнера может быть закреплён:

- в верхней части рукава фехтовального нагрудника со стороны невооруженной руки, максимум 3 логотипа, площадью не более 85 см<sup>2</sup> каждый;
- на носках;
- на перчатке – один логотип площадью 30 см<sup>2</sup>, напечатанный на манжете (пришивание или приклеивание не допускается);
- на ключицах не более двух логотипов, по одному с каждой стороны, площадью не более 50 см<sup>2</sup> каждый;
- на воротнике фехтовального набочника или электрокуртки – один логотип площадью не более 30 см<sup>2</sup>;
- на спине – один логотип, под кодом страны, максимальной площадью 250 см<sup>2</sup>.

Логотип спонсора может быть размещен на каждой стороне маски. Максимальный размер: 100 см<sup>2</sup> с каждой стороны маски.

- б) Фехтовальщик не может иметь более десяти таких логотипов.

### 3. Спортивный костюм и одежда

- а) На спортивных костюмах национальных федераций допускается одна реклама, на спине между плечами:
  - либо одна линия, не превышающая 10 см в высоту;
  - или одна эмблема размером не более 15x15 см.
- б) Логотип спонсорского партнера федерации или логотип, выбранный для соответствующего вида оружия, может быть прикреплен горизонтально спереди на правой стороне спортивного костюма. Площадь поверхности этого логотипа не может превышать 50 см<sup>2</sup>.

в) Кроме того, если фехтовальщик-колясочник подписал спонсорский контракт с коммерческой или иной организацией, официальный спортивный костюм может иметь те же логотипы, что и одежда для фехтования.

г) На чемпионатах мира можно носить только спортивные костюмы национальных федераций (см. п. 12.3 а).

д) На других соревнованиях (кроме подиума на соревнованиях Кубка мира) реклама на спортивных костюмах, банных халатах и любой другой одежде не ограничены и используются только с согласия национальной федерации, к которой относится фехтовальщик на колясках.

#### 4. Дополнительное оборудование

а) Реклама на бытовой (повседневной) инвалидной коляске запрещена.

б) Реклама на фехтовальных чехлах и спортивных сумках разрешена без ограничений.

5. На спортивной коляске для фехтования, шпажном фартуке и защите на спицы реклама запрещена.

#### 6. Телевидение

Когда соревнования транслируются по телевидению, требования телекомпании имеют первостепенное значение в пределах правил, описанных выше.

## ГЛАВА V. НАКАЗАНИЯ

### **П.13. Индивидуальный контракт (см. П.7, П.8)**

В случае несоблюдения правил, касающихся индивидуального контакта, штрафом является отстранение фехтовальщика. В случае, если фехтовальщик по окончании периода дисквалификация снова нарушит эти правила, он/она потеряет статус спортсмена и его/ее лицензия будет отозвана. См. Дисциплинарный кодекс IWF.

### **П.14. Логотип, не соответствующий правилам (см. п.10.1.а)–л))**

В случае, если логотип не соответствует правилам, фехтовальщик обязан немедленно сменить элемент экипировки и получает предупреждение, затем применяются штрафные санкции, предусмотренные статьями т.114, т.118, т.120/третьей группы.

### **П.15. Реклама на одежде (см. п.12.2.а)–б)).**

В случае, если реклама не соответствует правилам, фехтовальщик обязан немедленно сменить элемент экипировки и получает штраф, предусмотренный статьями т.114, т.118, т.120/третьей группы или т.108.

### **П.16. Реклама, не соответствующая Правилам или несогласованная (см. п.12.3.а)–д))**

1. Обязательство удалить несогласованную информацию из поля зрения и предупреждение.

2. В случае повторения правонарушения во время соревнований применяются наказания, предусмотренные статьями т.114, т.118, т.120/ третья группа.

#### **П.17.Название или эмблема (см. П. 12.1, П. 12.2)**

1. Фехтовальщик, который отказывается носить название или эмблему, которые были согласованы заранее, будет исключен из соревнования и не будет участвовать в общей классификация турнира.

2. Если название или эмблема не соответствуют правилам, организаторы должны их отозвать; если они этого не сделают, они подлежат штрафу в размере 400 фунтов стерлингов, подлежащему уплате национальной федерации.

3. Если это Кубок мира, штраф составляет 1000 фунтов стерлингов в пользу IWF и соревнование автоматически теряет статус Кубка мира в следующем году.

4. В случае повторения правонарушения в течение следующих пяти лет штраф удваивается, и турнир не появится в Международном календаре в течение трех лет.

#### **П.18. Реклама изображения (см. П. 11)**

##### **Штрафы**

1. Первое нарушение, касающееся использования изображения фехтовальщика, если отсутствует составленный контракт, наказывается предупреждением от национальной федерации или IWF.

2. Первое повторение наказывается отстранением на шесть месяцев.

3. Второе повторение карается дисквалификацией на один год.

4. Любые последующие повторения наказываются дисквалификацией на два года за каждое нарушение.

#### **П.19. Нарушение**

1. Виновником считается фехтовальщик-колясочник, нарушивший правила.

2. Если фехтовальщик на колясках отрицает свою ответственность за нарушение, он/она должен предоставить IWF все полномочия для проведения необходимых расследований и должен уступить IWF свои права действовать против стороны, виновной в неправомерном использовании его/ее изображения. Если он/она этого не делает, пункт 1 выше применяется автоматически.

#### **П.20. Области компетенции и действия**

1. Дисциплинарная комиссия IWF является органом IWF, компетентным заниматься этими вопросами. – см. Дисциплинарный кодекс IWF.

2. IWF уведомляет национальные федерации обо всех наказаниях, которые стали окончательными.