

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE GYMNASTIQUE



REGLEMENT FIG
VETEMENTS DE COMPETITION
ET PUBLICITE
2017-2020

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
INTRODUCTION	3
SECTION 1 DEFINITIONS	4
SECTION 2 REGLEMENT DE LA PUBLICITE - GENERALITES.....	5
Droit de porter de la publicité.....	5
Utilisation multiple de sponsors ou de publicité.....	5
Restrictions, dimensions, taille et emplacement de la publicité	5
SECTION 3 REGLEMENT DE LA PUBLICITE SUR LES TENUES DES HOMMES	6
Publicité sur les vêtements de compétition masculins	6
SECTION 4 REGLEMENT DE LA PUBLICITE SUR LES TENUES DES FEMMES.....	7
Publicité sur les vêtements de compétition féminins.....	7
SECTION 5 REGLES S'APPLIQUANT AU LOGO DU FABRICANT	8
Logo du fabricant	8
SECTION 6. IDENTIFICATION NATIONALE.....	9
Identification nationale, emblème de la fédération	9
SECTION 7 DOSSARDS	9
Numéros de dossards.....	9
SECTION 8 GENERALITES	10
Publicité des organisateurs	10
Procédure d'homologation.....	10
Vérification de la publicité et de l'identification nationale sur les vêtements de compétition	11
Pénalités	11
Directives pour les Jeux olympiques	11

Annexes

Annexe A	Tableau pour les gymnastes
Annexe B	Tableau pour les entraîneurs, le personnel d'encadrement et les juges
Annexe C	Tableau synoptique des tenues des hommes
Annexe D	Tableau synoptique des tenues des femmes
Annexe E	Formulaire d'approbation pour les hommes
Annexe F	Formulaire d'approbation pour les femmes
Annexe G	Exemples de numéros de dossard
Annexe H	Exemples de logos de fabricants
Annexe I	Directives du CIO concernant les identifications autorisées

INTRODUCTION

L'image de notre sport que les gymnastes présentent au monde est importante. Cette image se répercute évidemment sur notre image de marque. Les vêtements et accessoires qu'ils utilisent en font largement partie et nécessitent la mise en place d'une structure et de règlements. Les autorités suivantes ont collaboré à l'élaboration de ce document :

- Les comités techniques de toutes les disciplines
- La commission médias et communication

Les règlements sont établis pour chaque cycle et approuvés par le comité exécutif de la FIG.

Ce règlement a pour objectif d'offrir aux fédérations nationales la possibilité de réglementer les vêtements de compétition de leur équipe, pour donner de la visibilité à leur pays et faire la promotion de leurs sponsors. Ces exigences sont établies pour l'ensemble des disciplines, pour garantir que notre sport est présenté de la meilleure façon possible et que les participants ne sont pas utilisés à outrance comme des objets publicitaires. A chaque manifestation FIG (junior, sénior ou par groupes d'âge), des contrôles seront effectués pour s'assurer du respect de ces règlements et toute infraction sera sanctionnée en conséquence.

Les tenues portées lors des compétitions FIG doivent être conformes aux règlements de la Charte Olympique et aux principes du Code d'éthique de la FIG. Ces documents stipulent que le design des tenues de compétition doit être **de bon goût, esthétiquement agréable** et qu'il doit convenir à **une tenue de sport et non à un costume**. Des informations plus détaillées sont données dans le code de pointage de chaque discipline.

Seuls peuvent apparaître sur la tenue de compétition l'identification nationale, le numéro de dossard et la publicité, en conformité avec les présents règlements.

Le design de la tenue de compétition ne doit contenir aucun slogan ou symbole politique, aucun terme incitatif ou logo. Les designs représentant la guerre, la violence, des logos à la mode, des thèmes à caractère sexuel ou religieux sont interdits et feront l'objet d'une pénalité conformément au code de pointage.

Ce règlement est valable pour l'ensemble des participants aux compétitions dans toutes les disciplines de la gymnastique, et s'applique également au personnel d'encadrement et aux entraîneurs. Les restrictions concernant les vêtements que portent les gymnastes sur le praticable, dans l'aire de compétition, peuvent avoir pour conséquence l'application de pénalités en cas d'infraction. Ces infractions sont définies par le comité technique de chaque discipline et sont listées dans le code de pointage.

Un tableau exhaustif des vêtements autorisés, facultatifs, à usage restreint ou interdits est joint en Annexe A pour les gymnastes et en Annexe B pour les entraîneurs et le personnel d'encadrement.

SECTION 1 DEFINITIONS

1a. Aire de compétition

Les articles autorisés sont listés dans le tableau joint. Voir annexes A & B. Il est nécessaire d'accorder une attention particulière aux accessoires et articles autorisés seulement pour la compétition.

1b. Zone de compétition et salles d'entraînement

Les articles autorisés sont listés dans le tableau joint. Il est nécessaire d'accorder une attention particulière aux restrictions.

1c. Entraîneurs et personnel d'encadrement

La plupart des équipes fournissent à l'intégralité de leur groupe la même tenue et les mêmes accessoires. Les articles autorisés sont listés dans le tableau joint en Annexe B.

1d. Modifications selon les groupes d'âge

Pour les gymnastes plus jeunes et plus petits dans les compétitions par groupes d'âge, la taille de la publicité peut être réduite. Cette option peut être décidée par la fédération, mais doit être la même pour tous les groupes d'âge.

Catégorie d'âge la moins élevée – peut être réduit de 15 cm² au maximum.

Catégorie d'âge la plus élevée – peut être réduit de 10 cm² au maximum.

Tous les autres règlements s'appliquent de façon identique pour les compétitions par groupes d'âge dans toutes les disciplines.

1e. Identification nationale

Tous les compétiteurs doivent arborer une identification de leur pays. Cela peut être sous la forme d'un drapeau, du nom abrégé du pays, de l'emblème national si le pays en a un, ou de son blason. L'identification nationale peut être présente dans l'intégralité du design de la tenue, mais doit être clairement identifiable et esthétique.

1f. Publicité

La publicité peut prendre la forme du nom de la marque écrit, du logogramme / acronyme ou du logo du produit ou de l'entreprise qu'il représente ou de la marque spécifiquement désignée.

1g. Logo du fabricant

Cette identification est celle du fabricant du vêtement. Elle doit clairement refléter la marque et peut être la marque utilisée par le fabricant sur les vêtements commercialisés.

1h. Dossards

Les dossards sont propriété de la FIG et accordés par contrat aux sponsors FIG. Des informations détaillées concernant leur distribution et utilisation sont données dans le plan de travail.

1i. Sponsors pour les accessoires

De temps en temps, les comités d'organisation obtiennent des contrats de partenariat pour les accessoires, qui sont distribués aux gymnastes et autres personnes lors de la manifestation et peuvent être apportés dans l'aire de compétition. Dans ce cas, ces articles doivent être distribués gratuitement et toutes les instructions d'utilisation et de présentation doivent être clairement définies dans le plan de travail officiel de la manifestation. Citons par exemple les gourdes, serviettes, petites mascottes, etc. Les participants qui reçoivent ces accessoires doivent les utiliser dans l'aire de

compétition à la place de leurs propres articles. En cas de conflit de marque dans toute catégorie, le comité d'organisation a le droit de recouvrir la marque conflictuelle.

Se référer à :

Annexe A : Tableau pour les gymnastes

Annexe B : Tableau pour les entraîneurs, le personnel d'encadrement et les juges

SECTION 2 REGLEMENT DE LA PUBLICITE – GENERALITES

Droit de porter de la publicité

2a. Les athlètes et entraîneurs des fédérations membres sont autorisés à porter et à afficher de la publicité sur leurs vêtements et accessoires dans la salle de compétition.

2b. La publicité sur les vêtements de compétition ne doit pas être placée de manière provocante ou contraire aux bonnes mœurs, à l'éthique et aux principes moraux de notre société, ce qui signifie que toute publicité encourageant la violence ou toute discrimination raciale, religieuse, politique ou sexiste n'est pas autorisée.

La FIG se réserve le droit de retirer ou recouvrir toute publicité jugée inappropriée. La décision est alors sans appel.

2c. Les juges n'ont pas le droit de porter de la publicité sur leurs vêtements. Avec l'approbation préalable de la FIG, les membres du comité d'organisation sont autorisés à porter de la publicité sur leurs vêtements, à condition qu'ils ne soient pas considérés comme "officiels ou juges".

2d. Pour la publicité approuvée pour le comité d'organisation, l'identification de la marque sur les vêtements peut se faire par le nom, logogramme / acronyme, et / ou le logo. L'utilisation du nom, du logogramme et du logo sur une surface de publicité est définie par le présent règlement.

Utilisation multiple de sponsors ou de publicité

2e. Equipe, ensemble ou groupe

Dans toute compétition par équipes, ensembles, groupes, paires ou trios, les gymnastes doivent porter la **même** publicité de sponsor conformément aux règles établies pour l'emplacement et la taille, pour les hommes et les femmes.

2f. Individuels

Lors des concours individuels, les compétiteurs de la même fédération pourront porter une publicité différente, en conformité avec le présent règlement.

Lors de la finale du concours général (Compétition II) et des finales par engin (Compétition III), un compétiteur pourra porter une publicité différente, en conformité avec le présent règlement.

Les mêmes règles s'appliquent aux compétiteurs juniors et séniors.

Des règlements avec modifications facultatives s'appliquent aux compétiteurs par groupes d'âge (voir Section 1).

Restrictions, dimensions, taille et emplacement de la publicité

2g. Généralités concernant les vêtements de compétition

Dans chaque espace destiné à la publicité, une seule identification de sponsor est autorisée.

Pour les femmes, **un total de 2** espaces destinés à la publicité (possibilité d'annonceurs différents) est autorisé.

Pour les hommes, **un total de 3** espaces destinés à la publicité (possibilité d'annonceurs différents) est autorisé.

Les emplacements doivent répondre aux critères esthétiques.

Au cas où des badges sont utilisés, la matière utilisée pour le fond doit répondre aux critères esthétiques de l'ensemble de la tenue.

Dans la mesure du possible, la publicité doit être détournée, c'est-à-dire avec fond invisible.

Il est souhaité qu'une seule couleur soit utilisée pour le logo du sponsor ou fabricant, bien que l'utilisation de plusieurs couleurs soit autorisée pour être en conformité avec le design du sponsor.

La publicité ne peut pas être intégrée dans le design du vêtement de compétition et doit respecter les limites de taille. Par exemple, le justaucorps ne peut pas être un panneau publicitaire pour le sponsor, la discrétion doit être respectée.

Les gymnastes ne sont pas autorisés à porter de la publicité sous forme de tatouage sur quel qu'endroit du corps.

2h. Restrictions du port de publicité sur les vêtements de compétition

Aucune publicité n'est autorisée sur les bas, chaussettes ou chaussures, seule l'identification normale du fabricant est autorisée sur ces accessoires.

Aucune publicité n'est autorisée sur les maniques, bandeaux serre-tête, bas ou autres accessoires utilisés par les gymnastes durant la compétition.

Aucune publicité n'est autorisée sur les engins à main utilisés en compétition, seule l'identification habituelle du fabricant est autorisée.

Le tableau en annexe cite l'ensemble des vêtements qui sont autorisés, à usage restreint ou interdits. Les pénalités en cas de mauvaise utilisation sont définies dans le code de pointage de chaque discipline et sont résumées en Annexe A pour les gymnastes. En cas de contradiction dans l'interprétation des pénalités, le code de pointage prévaudra dans tous les cas.

SECTION 3 REGLEMENT DE LA PUBLICITE SUR LES TENUES DES HOMMES

Publicité sur les vêtements de compétition masculins

- De la publicité peut être apposée sur le gymnaste en 3 emplacements.
- Elle peut être placée sur le débardeur ou maillot, et sur les shorts ou pantalons.
- Un justaucorps masculin est considéré comme une seule pièce de vêtement.
- L'emplacement est libre, mais doit répondre aux exigences esthétiques.

3a. Espace réservé à la publicité sur le débardeur ou maillot :

Maximum **90 60 cm²** fond inclus.

Peut être utilisé **2 fois**, mais séparé au moins par **3 5 cm**.

– OU

Maximum **130 90 cm²** fond inclus. Peut être utilisé **1 fois**.

3b. Espace réservé à la publicité sur le short ou pantalon :

Maximum **90 60 cm²**, peut être utilisé 1 fois.

L'emplacement est au choix, mais doit répondre aux exigences esthétiques.

3c. Espace réservé à la publicité sur les survêtements

La publicité **ne** peut apparaître **au maximum deux qu'une seule** fois sur le survêtement. Elle peut être disposée à n'importe quel endroit, soit sur la veste, soit sur les pantalons, mais dans le respect du design et du bon goût.

Maximum **130 cm² deux fois ou 200 cm²**, **chaque une** fois, libre choix de couleur pour le fond, l'identification peut être multicolore.

3d. Espace réservé à la publicité sur les sacs de sport et T-shirts

Un espace réservé à la publicité est autorisé sur les sacs et T-shirts et peut apparaître **2 fois** sur chaque objet.

Maximum **200 cm²**, chaque fois, libre choix de couleur pour le fond et l'identification peut être multicolore sur chaque sac et T-shirt.

Se référer à l'annexe C : Tableau synoptique des tenues des hommes

SECTION 4 REGLEMENT DE LA PUBLICITE SUR LES TENUES DES FEMMES

Publicité sur les vêtements de compétition féminins

- De la publicité peut être apposée sur la gymnaste en 2 emplacements.
- Elle peut être placée sur le justaucorps court ou long.
- L'emplacement est au choix, mais doit répondre aux exigences esthétiques.

4a. Espace réservé à la publicité sur le justaucorps court ou long

- Maximum **90 60 cm²** fond inclus à chaque fois.
- L'emplacement est libre, mais doit répondre aux exigences esthétiques.

4b. Espace réservé à la publicité sur les survêtements

- La publicité **ne** peut apparaître **au maximum deux qu'une seule** fois sur le survêtement. Elle peut être disposée à n'importe quel endroit, soit sur la veste, soit sur les pantalons, mais dans le respect du design et du bon goût.
- Maximum **130 cm² deux fois ou 200 cm²**, **chaque une chaque** fois, libre choix de couleur pour le fond, l'identification peut être multicolore.

4c. Espace réservé à la publicité sur les sacs de sport et T-shirts

- Un espace réservé à la publicité est autorisé sur les sacs et T-shirts et peut apparaître **2 fois** sur chaque objet.
- Maximum **200 cm²**, chaque fois, libre choix de couleur pour le fond, l'identification peut être multicolore sur chaque sac et T-shirt.

Se référer à l'annexe D : Tableau synoptique des tenues des femmes

SECTION 5 REGLES S'APPLIQUANT AU LOGO DU FABRICANT

Logo du fabricant

Les dimensions du logo doivent être identiques à celles utilisées par le fabricant sur les vêtements commercialisés.

Le logo habituellement utilisé comme marque déposée peut être utilisé. Les restrictions concernant la taille sont conformes aux règlements du CIO.

- Une seule identification de marque sur chaque pièce de vêtement est autorisée.
- Le logo du fabricant est autorisé en haut du dos sur la tenue de compétition pour les hommes comme pour les femmes, s'il s'agit de l'emplacement normal utilisé sur les vêtements commercialisés.
- Un justaucorps est considéré comme une pièce de vêtement.
- Des identifications autres que le logo ou la marque apparaissant sur les vêtements de compétition en tant que partie intégrante de la tenue doivent être approuvées par la FIG deux semaines avant la compétition.
- Dans la mesure du possible, le logo doit être placé sur la tenue de compétition au même endroit que sur les vêtements commercialisés.
- Le logo peut être utilisé dans les couleurs officielles du fabricant de vêtements / accessoires.

5a. Les dimensions sont définies ci-dessous, mais doivent rester raisonnables et discrètes. Les logos des fabricants sur les vêtements de compétition masculins ou féminins doivent avoir une taille ne dépassant pas 30 cm².

5b. Les logos des fabricants sur les accessoires utilisés pour la compétition ne doivent pas utiliser plus de 10% de la surface totale de l'objet.

- Sur les chaussures, le logo peut apparaître à l'emplacement habituel.
- Le logo peut apparaître sur les bandes pour poignets, mais il doit être le même sur les deux bandes.

5c. Le logo peut apparaître sur les maniques, d'une taille maximum de 6 cm², seulement sur les sangles et non sur le reste.

5d. Le logo peut apparaître sur les sacs de sport une fois, mais ne doit pas prendre plus de 10% de la surface de l'objet, pour une taille maximum de 60 cm².

5e. Le logo du fabricant peut apparaître sur les T-shirts et sa taille ne doit pas dépasser l'espace publicitaire maximum autorisé. Il peut apparaître sur chaque article **2 fois**.

Se référer à l'annexe H : Exemples de logos de fabricants

SECTION 6. IDENTIFICATION NATIONALE

Identification nationale, emblème de la fédération

- Tous les compétiteurs doivent arborer l'identification de leur pays, soit sous la forme d'un drapeau, du nom du pays (en abrégé ou en entier, mais la taille doit rester raisonnable et de bon goût), de l'emblème national si le pays en a un, ou de son blason.
- L'identification nationale doit apparaître sur le/la gymnaste au moins une fois.
- Elle peut être placée n'importe où, dans les limites du bon goût.
- Les couleurs de la tenue de compétition peuvent être les couleurs nationales et rappeler clairement l'identité nationale, ceci avec discrétion et bon goût.
- Le nom du / de la gymnaste ne doit pas apparaître sur la tenue de compétition.

6a. Cette identification peut prendre la forme d'un écusson cousu, ou du nom du pays ou de la fédération écrit en toutes lettres ou en abrégé, ou de l'emblème du pays aux couleurs nationales. Cette identification doit être portée sur le justaucorps ou le débardeur ou maillot.

6b. L'identification devra apparaître comme suit :

Pour les hommes, sur le débardeur ou maillot : n'importe où dans les limites esthétiques recommandées.

Pour les hommes, sur le short ou le pantalon : n'importe où dans les limites esthétiques recommandées.

Pour les femmes, sur le justaucorps court ou long : n'importe où dans les limites esthétiques recommandées.

Pour les paires, trios, groupes ou ensembles, l'identification nationale doit être la même pour tous les membres.

6c. **L'identification nationale n'est pas considérée comme de la publicité.** L'écusson, l'emblème, le nom en toutes lettres ou le blason du pays ou de la fédération de gymnastique doit avoir une surface totale minimum de 30 cm².

6d. L'identification nationale sur les survêtements n'est pas réglementée, mais doit rester raisonnable et de bon goût, et conforme aux autres règlements comme spécifié.

SECTION 7 DOSSARDS

Numéros de dossards

7a. Les dossards sont propriété de la FIG. La surface de publicité disponible sur ces derniers est attribuée par contrat à un sponsor de la FIG. Pour cette raison, il est possible que l'identification de la marque sur la poitrine de l'athlète soit en contradiction avec l'identification de la marque sur le dossard.

Tous les concurrents ayant l'obligation de porter les dossards en gymnastique artistique, les fédérations sont priées de se renseigner auprès de la FIG concernant les partenaires de publicité officiels, et de prendre ensuite contact avec leurs partenaires de publicité à l'échelon national au moins **deux** semaines avant la compétition.

Les dossards sont obligatoires en gymnastique artistique et autorisés dans les autres disciplines uniquement avec la permission du/de la responsable du CT.

Les organisateurs peuvent demander à la FIG qu'elle approuve l'insertion de leurs propres sponsors sur les dossards pour les compétitions de gymnastique artistique. Pour les autres disciplines, pour pouvoir porter des dossards comportant de la publicité, le comité

d'organisation doit d'abord obtenir l'approbation du CT de la discipline concernée. Dans la mesure où la sécurité le permet, le comité d'organisation peut ensuite demander l'approbation de la FIG conformément aux droits de partenariat.

Les dossards doivent être portés **UNIQUEMENT** dans le dos.

7b. Les règles suivantes s'appliquent pour les dimensions et la publicité sur les dossards :

Dimensions des dossards :

- Hommes : 200 mm x 200 mm
- Femmes : 160 mm x 160 mm

7c. La publicité doit figurer sous le numéro de dossard.

La publicité sur les dossards des gymnastes hommes et femmes ne doit pas dépasser les dimensions suivantes :

- Hauteur : 60 mm
- Largeur : 160 mm, ou au maximum 100 cm².

7d. Hauteur maximale des numéros :

- Hommes : 110 mm
- Femmes : 95 mm

7e. Le fond des dossards doit être de couleur blanche et offrir une surface suffisamment grande pour contenir le numéro et la publicité. Le numéro du dossard doit être de couleur noire. En cas d'utilisation d'une matière élastique ou d'un tissu autocollant, la taille doit respecter les dimensions avant que le tissu soit étiré.

7f. Toute autre variante relative au fond et aux couleurs requiert l'approbation de la FIG.

Se référer à l'annexe G : Exemples de numéros de dossard

SECTION 8 GENERALITES

Publicité des organisateurs

En général, la publicité de produits sur les vêtements et accessoires des compétiteurs, équipes, entraîneurs ou officiels qui représente une identification directe de produit est interdite, sauf autorisation sur les dossards. Voir Section 7.

La FIG est autorisée à prendre toutes les mesures qui s'imposent en cas d'infraction à cet article du règlement.

Procédure d'homologation

Les fédérations qui souhaitent placer de la publicité sur les vêtements de compétition de leurs gymnastes et entraîneurs doivent connaître les règles de la FIG et les respecter. De plus, elles recevront du secrétariat FIG une information détaillée, en même temps que les directives. Si une fédération n'est pas sûre de bien connaître les règlements ou souhaite faire approuver de nouveaux emplacements ou designs, alors ces formulaires devront être retournés au bureau de la FIG dans les délais établis dans les directives ou le plan de travail. Les fédérations sont invitées à contacter le bureau de la FIG pour toute question avant la manifestation FIG.

Se référer aux annexes E et F : Formulaire d'approbation pour les hommes / femmes

Vérification de la publicité et de l'identification nationale sur les vêtements de compétition

En se basant sur les directives ou le plan de travail, la FIG vérifie la publicité sur les vêtements de compétition avant et durant la compétition. Des contrôles aléatoires seront effectués pendant l'entraînement sur le podium et les compétitions. Des pénalités et sanctions peuvent être appliquées conformément aux règlements lors des contrôles effectués pendant la compétition.

Pénalités

Si la publicité sur les vêtements de compétition d'un(e) gymnaste n'est pas conforme aux règlements, sur demande du responsable, le président du jury supérieur peut imposer des pénalités conformément au code de pointage.

Si une fédération refuse de se conformer à l'une de ces exigences, sa participation à la compétition ou la poursuite de celle-ci pourra être remise en cause.

Toute modification (non-approuvée) ou échange de publicité sur les vêtements de compétition ayant lieu pendant la compétition peut avoir pour conséquence la disqualification du compétiteur individuel, de l'équipe, de l'ensemble ou du groupe incriminé de la phase de la compétition concernée.

Si un(e) gymnaste n'arbore pas l'identification de son pays comme exigé, et sur demande du responsable, le président du jury supérieur peut imposer des pénalités conformément au code de pointage.

Directives pour les Jeux olympiques

Aux Jeux olympiques, le CNO de chaque pays est responsable de la tenue et des accessoires des concurrents. Le CIO élabore des directives spécifiques et les fait parvenir à l'ensemble des CNO bien avant les Jeux. Ces directives prévalent sur tout règlement des fédérations durant les Jeux olympiques. Si les directives du CIO ne sont pas exprimées ou sont floues, le règlement de la fédération sera appliqué. Toute déduction prévue dans le code de pointage sera également applicable aux Jeux olympiques.

Se référer à l'annexe I : Directives du CIO concernant les identifications autorisées

Le présent Règlement FIG pour vêtements de compétition et publicité a été modifié par le Comité exécutif lors de sa séance du mois de juillet 2018 à Pacific Harbour (FIJ). Il entre en vigueur le 1^{er} août 2018.

Fédération Internationale de Gymnastique



Morinari Watanabe
Président



André F. Gueisbuhler
Secrétaire général

Lausanne, août 2018