



## 4. Règlement de publicité

<b>Art. 1 Champ d'application.....</b>	<b>4</b>
<b>Art. 2 Autorisation de publicité sur les équipements et les installations sportives.....</b>	<b>4</b>
Art. 2.1.....	4
Art. 2.2.....	4
<b>Art. 3 Interdictions concernant le contenu de la publicité.....</b>	<b>4</b>
Art. 3.1.....	4
Art. 3.2.....	4
Art. 3.3.....	4
Art. 3.4.....	4
Art. 3.5.....	5
Art. 3.6.....	5
<b>Art. 4 Publicité sur les équipements.....</b>	<b>5</b>
4.1 Equipements des joueurs de champ et des gardiens pour l'entraînement.....	5
4.2 Equipements des joueurs de champ.....	5
A Remarque préliminaire.....	5
B Maillots des joueurs.....	5
Remarques préliminaires.....	11
Dos.....	9
Devant.....	10
Manches.....	10
Cols.....	7
C Cuissettes des joueurs.....	7
Remarque préliminaire.....	8
Côtés.....	8
Devant.....	10
Derrière.....	8
D Casques.....	8
Remarque préliminaire.....	8
Devant.....	10
Côtés.....	8
Derrière.....	8
Dessus.....	8
E Bas.....	8
Remarque préliminaire.....	8



## 4. Règlement de publicité

Partie inférieure de la jambe.....	9
Genoux.....	9
Cannes des joueurs de champ.....	9
G. Pucks.....	9
H. Schlittschuhe.....	9
I. Halsschutz.....	9
K. Kapitän / Dress und Helm.....	9
L. Top Skorer / Dress und Helm.....	9
Art. 4.3 Ausrüstung von Torhütern im Spiel.....	9
A. Helm.....	9
B. Stockhandschuhe.....	9
<b>Art. 5 Equipement des arbitres durant le jeu.....</b>	<b>9</b>
A Remarques préliminaires.....	9
B Maillots des arbitres (Head et Linesmen).....	9
Dos.....	9
Devant.....	10
Epaules.....	10
Kragen.....	10
C Maillots des arbitres (Linesmen).....	10
Manches.....	10
D. Pantalons des arbitres.....	10
Sur les côtés.....	10
E. Casques des arbitres.....	10
1 Devant.....	10
2 Côtés.....	10
3 Derrière.....	10
4 Dessus.....	10
<b>Art.6 Publicité sur les installations sportives.....</b>	<b>10</b>
Art. 6.1 Surfaces à disposition.....	10
A. Partie supérieure de la glace.....	10
B. Partie supérieure des bandes.....	11
C. Protections en Plexiglas.....	11
D. Filets de protection.....	11
E. Surfaces sur le tableau des résultats/du chronomètre - resp. des pénalités.....	11



## 4. Règlement de publicité

F. Surfaces sur le tableau du Toto mat.....	11
G. Surfaces derrière les bancs des joueurs resp. des pénalités.....	11
H. Autres surfaces.....	11
Art. 6.2 Surface supérieure de la glace.....	11
A. Remarque préliminaire.....	11
B. Points d'engagement dans le camp d'attaque respectivement de défense.....	11
C. Bond central à droite et à gauche de la ligne rouge médiane.....	11
Remarques préliminaires.....	11
Aménagement.....	12
D. Surfaces supplémentaires sur la glace.....	12
Art. 6.3 Surface supérieure des bandes autour de la surface de jeu.....	13
Art. 6.4 Protections en plexiglas autour de la surface de jeu.....	13
Art. 6.5 Filets de protection derrière les deux buts.....	13
<b>Art.7 Différents et Infractions.....</b>	<b>14</b>
Sanctions en cas de non- observation des prescriptions.....	14
<b>Art. 8 Entrée en vigueur.....</b>	<b>14</b>
<b>Notice relative aux prestations/devoirs du porteur du maillot/casque de capitaine.....</b>	<b>14</b>
<b>Esquisse maillot de joueur / housse pour cuissettes et bas.....</b>	<b>15</b>



## 4. Règlement de publicité

### Art. 1 Champ d'application

La présente directive s'applique à toutes les organisations et clubs de hockey sur glace (désignés ci-après par clubs) qui sont membres du Sport Espoir et Amateur (SEA) et par conséquent membres indirectement de la SIHF et à toutes les installations sportives en Suisse sur lesquelles des rencontres de hockey sur glace sont jouées sous la direction supérieure du Sport Espoir et Amateur.

### Art. 2 Autorisation de publicité sur les équipements et les installations sportives

#### Art. 2.1

Sous réserve formelle,

- que les prescriptions contenues dans la présente directive soient observées strictement,
- que le propriétaire et/ou l'exploitant de la patinoire n'impose aucune restriction qui limite le champ d'application de la présente directive,
- que les prescriptions des autorités cantonales et/ou locales ne prévoient aucune restrictions pour la publicité sur les installations sportives, il est permis aux clubs intéressés de faire de la publicité en faveur de tiers contre paiement sur les équipements et les installations sportives.

#### Art. 2.2

Ces prescriptions d'autorisation sont valables pour toutes les rencontres (préparation, entraînement, amicales, tournois et championnats) et pour toutes les installations sportives en Suisse sur lesquelles des rencontres de hockey sur glace sont jouées avec la participation de membres du SEA.

### Art. 3 Interdictions concernant le contenu de la publicité

#### Art. 3.1

Toute publicité directe (sur les équipements et les installations sportives) et indirecte (par le haut parleur du stade ou avec des supports mobiles sur et/ou à côté de la surface de glace) qui a un contenu choquant sur le plan politique ou religieux est interdite.

#### Art. 3.2

Sont considérés comme publicité choquante plus particulièrement la publicité pour les produits pouvant créer une dépendance et les médicaments, la publicité avec un contenu raciste ou sexiste de même que la publicité qui est contraire à la morale et aux bonnes moeurs.

#### Art. 3.3

La publicité pour l'alcool et la nicotine dans les installations sportives est soumise aux prescriptions des autorités fédérales, cantonales et communales.

#### Art. 3.4



## 4. Règlement de publicité

La publicité sur les équipements pour les boissons distillées, la nicotine et les sujets érotiques n'est pas autorisée.

### Art. 3.5

Dans le cas où des doutes existent de la part du club de savoir si une publicité est autorisée ou interdite, le Comité du Sport Espoir et Amateur (CSEA) ou l'organe désigné par lui décide de manière définitive de la demande du club.

### Art. 3.6

Selon la loi fédérale sur les loteries et les paris professionnels il est interdit d'effectuer de la publicité pour des loteries ou des organisateurs de paris étrangers. Cette interdiction est valable pour les organisations qui se mettent à disposition comme aide pour la diffusion de tels messages publicitaires et même davantage pour les fournisseurs de loteries et de paris professionnels.

## Art. 4 Publicité sur les équipements

### 4.1 Equipements des joueurs de champ et des gardiens pour l'entraînement

La publicité sur les équipements d'entraînement des joueurs de champ et des gardiens est autorisée pour autant que ces équipements ne soient utilisés qu'en dehors des rencontres désignées sous article 2.2

### 4.2 Equipements des joueurs de champ

#### A Remarque préliminaire

Tous les joueurs portent sur les surfaces disponibles la même marque de fabrique resp. le même logo c'est à dire que les joueurs se présentent dans un équipement identique (exceptions: voir maillot du capitaine et du top scorer/casque ainsi que l'art. 4 paragraphe 3 équipement des gardiens). Chez les espoirs, il pourra être dérogé de la manière suivante au choix d'une couleur identique pour l'équipement du joueur en ce qui concerne le casque, les cuissettes ou les housses de cuissettes ainsi que les bas:

- Catégorie A: Différence au maximum de deux des éléments mentionnés
- Catégorie B: Aucune prescription pour les éléments mentionnés.

Les surfaces publicitaires disponibles sont définies définitivement dans l'art. 4 paragraphes 2 B à 2 L et dans l'esquisse en annexe 2. Toutes les sanctions éventuelles en cas de violation des prescriptions en vigueur sont décrites à l'art. 7.

“ L'espace réservé ” ne fait pas partie de la surface publicitaire disponible pour les sponsors et ne peut pas être utilisé. (voir esquisse “sponsors avec espace réservé en blanc” à l'annexe 2.

#### B Maillots des joueurs

#### Remarques préliminaires

Selon l'art 240 du manuel officiel des règles de jeu de l'IIHF, le maillot des joueurs doit être composé à environ 80% d'une couleur de base plus



## 4. Règlement de publicité

précisément d'un ton de base (bleu foncé et bleu clair = 2 couleurs). Ces 80 % environ se calculent sur la surface totale du maillot sous déductions des surfaces nécessaires pour les numéros des joueurs (dos et poitrine bras), les noms des joueurs et la publicité (sponsors).

Les maillots des joueurs inclus les bras et les bas doivent être de la même couleur.

Il est autorisé d'utiliser des maillots portant des marques de fabrique ou des logos différents pour les matches à domicile ou à l'extérieur.

Si le design du maillot devait comporter une partie appelée "bande", les points suivants sont à respecter:

- La "bande" doit avoir une hauteur maximale de 25 cm (voir esquisse "Bande/Couronne" au bas du maillot en annexe 2).
- La couleur de la bande n'appartient pas à la surface publicitaire disponible qui se trouve dans la "bande".

Les numéros des joueurs et selon le cas les noms sont à inscrire en chiffres respectivement en lettres bien lisibles dans une couleur contrastée soit en foncé contre une couleur de base claire et inversement. Seuls les numéros de 1 à 99 (tous les chiffres dans la même écriture et la même exécution pour tous les joueurs) seront utilisés. Il est autorisé d'intégrer un signe de marque respectivement un logo de l'équipementier dans les chiffres des numéros dans le dos (mais pas dans les numéros sur les bras); la lisibilité du numéro du joueur ne doit de ce fait ne pas être influencée négativement.

### Dos

- Le numéro individuel du joueur doit apparaître au centre dans le dos du maillot du joueur. Le numéro doit présenter une hauteur de 25 - 30 cm.
  - Les surfaces suivantes (voir esquisse en annexe 2; sponsor =1 logo ou un signe de marque peuvent être utilisées en option:
    - Sponsor 1 (en bas) Hauteur maximum de la publicité de 20 cm sur toute la largeur du maillot.
    - Sponsor 2 (en haut) Hauteur maximum de la publicité de 15 cm sur toute la largeur du maillot
    - Logo de l'équipementier Hauteur maximum de 20cm<sup>2</sup> centrés sous le col.
    - Si le nom du joueur est intégré au maillot, il doit être incorporé entre le sponsor et le numéro dorsal et se trouver en dessus ou en dessous du numéro (voir variante 1 ou 2 dans l'esquisse en annexe 2).
- Les lettres utilisées pour le nom du joueur doivent atteindre une hauteur d'au moins 6 cm.

### Devant

- Les surfaces publicitaires gauche et droite (sponsor 3&4) sont à disposition du partenaire commercial du SEA pour l'application (resp. la couture) sur chacune d'entre elles d'un " badge".L'organisation de ces surfaces sera



## 4. Règlement de publicité

transmise aux clubs avec les annexes nécessaires. Les clubs seront informés par écrit jusqu'au plus tard le 31.3 dans le cas où le partenaire commercial utilisera ces surfaces pour la prochaine saison. Si tel n'est pas le cas les deux surfaces seront disponibles pour le club pour sa propre commercialisation.

- Les surfaces suivantes (voir esquisse en annexe 2; sponsor = 1 marque de fabrique ou 1 logo pourront être utilisées en option:
  - Sponsor 3: Epaule gauche max. 120 cm<sup>2</sup> / 6.5 cm x 18 cm (sous réserve de commercialisation par la Ligue voir ci-dessus)
  - Sponsor 4: Epaule droite max. 120 cm<sup>2</sup> / 6.5 cm x 18 cm (sous réserve de commercialisation par la Ligue voir cidessus)
  - Sponsor 5 Poitrine gauche maximum 200 cm<sup>2</sup>
  - Sponsor 6 Poitrine droite maximum 200 cm<sup>2</sup>
  - Sponsor 7 Ventre: hauteur max.20 cm peut être placé sur toute la largeur du maillot. Cette publicité devra se situer sous les publicités de la poitrine (sponsors 5&6)

### Manches

- Le numéro avec une hauteur minimale de 10 cm doit figurer sur la partie supérieure du bras (gauche et droit). Le numéro du joueur doit être bien lisible. Les numéros et les noms doivent figurer dans une couleur contrastée soit foncé pour une couleur de base claire et inversement.
- Les surfaces suivantes (voir esquisse en annexe 2; sponsor = 1 marque de fabrique ou 1 logo pourront être utilisées en option:
  - Sponsor 8 : Bras gauche (sous le numéro) Maximum 300 cm<sup>2</sup>
  - Sponsor 9 Bras droit (sous le numéro) Maximum 300 cm<sup>2</sup>
- Logo de l'équipementier ou paraphe; sur le numéro maximum 20 cm<sup>2</sup>

### Cols

- Les surfaces suivantes (voir esquisse en annexe 2; sponsor = 1 marque de fabrique ou 1 logo pourront être utilisées en option:
  - Sponsor 10: représenté une ou plusieurs fois sur le col le même sponsor autour du cou

### C Cuissettes des joueurs

#### Remarque préliminaire

Il est autorisé de faire figurer des marques de fabrique ou des logos différents sur les cuissettes pour les rencontres à domicile et à l'extérieur.

#### Côtés

- Une marque de fabrique ou un logo à droite et à gauche d'une largeur maximale de 10 cm et d'une hauteur maximale de 30cm.



## 4. Règlement de publicité

- Pour les clubs du SEA des publicités différentes à droite et à gauche sont autorisées.

### Devant

- Une marque de fabrique ou un logo à gauche et à droite (c'est à dire sur la partie supérieure de la jambe) chacun d'une grandeur maximale de 600 cm<sup>2</sup>.
- Pour les clubs du SEA des publicités différentes à droite et à gauche sont autorisées.

### Derrière

- Une marque de fabrique ou un logo à gauche et à droite (c'est à dire sur la partie supérieure de la jambe au fond de la cuissette) chacun d'une grandeur maximale de 300 cm<sup>2</sup>.
- Pour les clubs du SEA des publicités différentes à droite et à gauche sont autorisées.

### D Casques

#### Remarque préliminaire

Il est autorisé de faire figurer des marques de fabrique ou des logos différents sur les casques des joueurs pour les matches à domicile ou à l'extérieur.

#### Devant

Une marque de fabrique ou un logo sur la partie frontale de 80 cm<sup>2</sup> au maximum.

#### Côtés

- Une marque de fabrique ou un logo des deux côtés d'une grandeur maximale de 50 cm<sup>2</sup>.
- Pour les clubs du SEA des publicités différentes à droite et à gauche sont autorisées.

#### Derrière

Une marque de fabrique ou un logo sur la partie arrière de 80 cm<sup>2</sup> au maximum.

#### Dessus

Une marque de fabrique ou un logo sur la partie supérieure de 80 cm<sup>2</sup> au maximum.

### E Bas

#### Remarque préliminaire

- Il est autorisé de faire figurer des marques de fabrique ou des logos différents sur les bas des joueurs pour les matches à domicile ou à l'extérieur.





## 4. Règlement de publicité

- Pour les clubs du SEA des publicités différentes à gauche et à droite sont autorisées.

### Partie inférieure de la jambe

Une marque de fabrique ou un logo de 15 cm de hauteur au maximum sur les deux bas en dessous du genou.

### Genoux

Une marque de fabrique ou un logo d'une hauteur maximale de 50 cm<sup>2</sup> devant à la hauteur de la rotule.

### Cannes des joueurs de champ

#### G. Pucks

#### H. Schlittschuhe

#### I. Halsschutz

#### K. Kapitän / Dress und Helm

#### L. Top Skorer / Dress und Helm

### Art. 4.3 Ausrüstung von Torhütern im Spiel

#### A. Helm

#### B. Stockhandschuhe

### Art. 5 Equipement des arbitres durant le jeu

#### A Remarques préliminaires

1. Les surfaces publicitaires décrites ci-après sur l'équipement des arbitres sont à la disposition exclusive du partenaire commercial de la SIHF. L'aménagement de ces surfaces sera communiqué par le département des Arbitres. Les éléments nécessaires pour la production seront mis à disposition en temps utile avant la saison.
2. Les arbitres engagés dans les compétitions du SEA portent un équipement identique avec de la publicité identique selon les directives du département des Arbitres / SIHF.
3. L'adjonction de publicité individuelle et/ou de signes particuliers sur l'équipement des arbitres n'est pas autorisée. Seulement le signe officiel des arbitres du département des Arbitres / SIHF est admis.

#### B Maillots des arbitres (Head et Linesmen)

#### Dos

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 400 cm<sup>2</sup>.



## 4. Règlement de publicité

### **Devant**

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 400 cm<sup>2</sup>.

### **Epaules**

Les surfaces supérieures des épaules à gauche et à droite (à l'intérieur de l'ourlet) sont à la disposition de la SIHF pour l'application à gauche et à droite d'un "badge" d'une surface maximale de 200 cm<sup>2</sup>.

### **Kragen**

#### **C Maillots des arbitres (Linesmen)**

##### **Manches**

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 200 cm<sup>2</sup> sur chaque manche avec la même publicité à gauche et à droite.

#### **D. Pantalons des arbitres**

##### **Sur les côtés**

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 300 cm<sup>2</sup> sur chaque côté avec la même publicité à gauche et à droite.

#### **E. Casques des arbitres**

##### **1 Devant**

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 80 cm<sup>2</sup> sur la partie frontale.

##### **2 Côtés**

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 50 cm<sup>2</sup> sur les deux côtés avec la même publicité.

##### **3 Derrière**

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 80 cm<sup>2</sup> sur la partie arrière.

##### **4 Dessus**

Un signe de marque ou un logo d'une surface maximale de 80 cm<sup>2</sup> sur la partie supérieure.

### **Art.6 Publicité sur les installations sportives**

#### **Art. 6.1 Surfaces à disposition**

Des inscriptions publicitaires peuvent être apportées sur les surfaces suivantes.

##### **A. Partie supérieure de la glace**

- Points d'engagement dans le camp d'attaque respectivement de défense
- Rond central à gauche et à droite de la ligne rouge médiane.



## 4. Règlement de publicité

### **B. Partie supérieure des bandes**

autour de la surface de jeu aussi bien vers l'intérieur contre la surface de jeu) que vers l'extérieur (contre les spectateurs).

### **C. Protections en Plexiglas**

autour de la surface de jeu aussi bien vers l'intérieur contre la surface de jeu) que vers l'extérieur (contre les spectateurs).

### **D. Filets de protection**

derrière les deux buts (seulement en direction de la surface de jeu)

### **E. Surfaces sur le tableau des résultats/du chronomètre - resp. des pénalités**

### **F. Surfaces sur le tableau du Toto mat**

### **G. Surfaces derrière les bancs des joueurs resp. des pénalités**

### **H. Autres surfaces**

à l'intérieur de l'installation qui se prêtent à recevoir de la publicité.

## **Art. 6.2 Surface supérieure de la glace**

### **A. Remarque préliminaire**

- Dans l'intérêt d'une bonne lisibilité de la publicité et dans l'intérêt des spectateurs dans le stade ou à la télévision) qui doivent pouvoir suivre les évolutions du puck, aucune couleur sombre ne doit être utilisée à l'arrière plan des grandes surfaces.
- L'utilisation de slogans est interdite. Par contre la représentation d'un numéro de téléphone ou d'une adresse Internet est autorisée.

### **B. Points d'engagement dans le camp d'attaque respectivement de défense**

- Signe de marque ou logo dans les quatre points d'engagement
- Dans les quatre points d'engagement au maximum huit publicité, quatre au maximum pour chaque point d'engagement.
- Les signes de marque ou les logos doivent être appliqués à l'intérieur des points d'engagement de manière à ne pas couvrir ou influencer le marquage de la surface de jeu (par ex. points d'engagement etc.). En cas de doute, les intentions d'aménagement du CSEA respectivement de l'instance qu'il a désignée pour prendre position respectivement décidé devront être respectées.
- Les signes de marques et/ou les logos pourront être disposés de n'importe quelle façon dans les surfaces disponibles des cercles d'engagement par exemple horizontalement, verticalement ou en diagonale par rapport à la longueur de la surface de jeu.

### **C. Bond central à droite et à gauche de la ligne rouge médiane**

### **Remarques préliminaires**



## 4. Règlement de publicité

### Clubs de 1ère ligue

La surface publicitaire du rond central demeure en principe à la disposition de la LA respectivement du partenaire commercial. Les transparents seront transmis aux clubs en temps utile avant chaque saison pour pouvoir les incorporer lors de la fabrication de la glace.

Si la LA devait faire valoir ses droits sur le rond central pour elle-même, les clubs seront avertis par écrit jusqu'au 31.3 (au moins 1 an à l'avance) pour la saison consécutive à la prochaine. Si la LA n'a pas de partenaire commercial, le rond central reste à disposition du club pour une année. **Par conséquent, les contrats de publicité pour le rond central sont à communiquer au CLA, peu importe si le contrat a été conclu par le club ou par la patinoire.**

### Autres clubs du SEA:

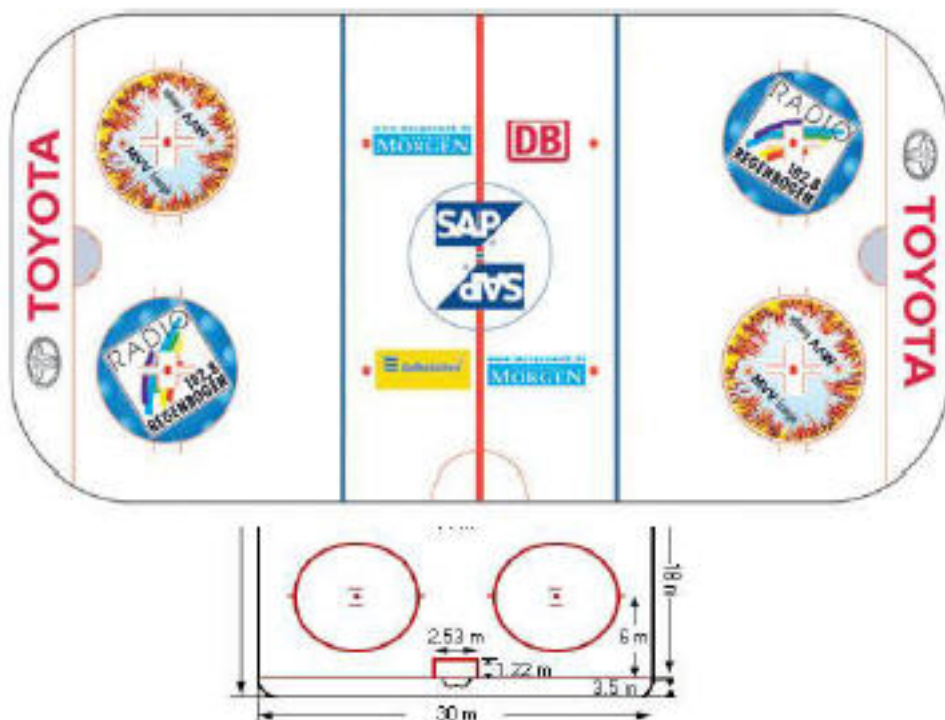
La surface publicitaire du rond central reste à disposition des clubs.

### Aménagement

- Signe de marque ou logo dans le rond central
- Quatre publicités différentes sont autorisées dans le rond central
- Les signes de marque ou les logos doivent être appliqués à l'intérieur du rond central de manière à ne pas couvrir ou influencer le marquage de la surface de jeu (par ex. points d'engagement etc.). En cas de doute, les intentions d'aménagement du CSEA respectivement de l'instance qu'il a désignée pour prendre position respectivement décider devront être respectées.
- Les signes de marques et/ou les logos pourront être disposés de n'importe quelle façon dans le rond central par exemple horizontalement, verticalement ou en diagonale par rapport à la longueur de la surface de jeu.
- Il peut être renoncé à faire figurer la ligne rouge à l'intérieur du rond central.  
Remarque: l'application du logo du club à l'extérieur du rond central à droite et à gauche de la ligne rouge médiane plongeant en diagonale à l'intérieur du rond central au maximum deux fois est autorisée. La surface disponible pour ce faire est au maximum de 3,5 m de large et de 2.0 m de haut. Les logos sont à maintenir à une distance de 6.0m de la bande toujours centrés sur la glace entre les lignes rouge et bleue.
- Une surface publicitaire de 6'250mm de large et de 3'000mm de haut disposée en diagonale à gauche et à droite de la ligne rouge centrale est autorisée. (Totale 18.75m<sup>2</sup>)
- L'arête inférieure de la publicité - vue depuis la bande - se trouve à une distance de 4.0m de la bande. Les publicités seront centrées entre la ligne bleue et la ligne rouge marquées dans la glace.

### D. Surfaces supplémentaires sur la glace

Les nouvelles zones mentionnées dans cette demande se situent derrière les buts dans la surface libre avec les dimensions figurant dans les schémas suivants. (TOYOTA) Surface maximale derrière chaque but de 3,5m x 30m



### Art. 6.3 Surface supérieure des bandes autour de la surface de jeu

Une distance de 20 cm doit être maintenue entre la partie inférieure de l'inscription publicitaire et la surface supérieure de la glace.

### Art. 6.4 Protections en plexiglas autour de la surface de jeu

- Signe de marque ou logo à proximité immédiate en dessus de l'arête supérieure des bandes autour de la surface de jeu.
- Une ligne d'une hauteur maximale de 20 cm le long de toutes les protections en plexiglas autour de la surface de jeu orientée aussi bien vers l'intérieur (contre la surface de jeu) que vers l'extérieur (contre les spectateurs).
- Aucune publicité sur les protections en plexiglas (vers l'intérieur et vers l'extérieur) ne peut être apposée devant les bancs des pénalités.
- Quatre publicités différentes au maximum sont autorisées.
- Dans le cas où figurent plus d'une publicité les signes de marques et les logos peuvent être représentés de n'importe quelle façon, proportionnellement à la contre partie financière exigée.

### Art. 6.5 Filets de protection derrière les deux buts

- Seuls les filets de protection derrière les buts et non pas ceux situés de côté des buts peuvent être utilisés comme support publicitaire.
- Les signes de marque et les logos doivent être disposés sur les filets de protection de manière à ne pas gêner la vision de la surface de jeu.



## 4. Règlement de publicité

- Deux publicités différentes au maximum sont autorisées sur chaque filet de protection soit au maximum quatre publicités.
- Une distance de 1 m doit être observée entre l'arête supérieure de la protection en plexiglas et l'arête inférieure de la publicité sur le filet de protection.

### Art.7 Différents et Infractions

#### Sanctions en cas de non- observation des prescriptions

- Les juges uniques des chambres juridiques régionales sont compétents pour mener des enquêtes et infliger des amendes au clubs du SEA.
- Les infractions contre cette directive sont punissables d'amendes jusqu'à CHF 10'000.-
- Si un club a simultanément commis plusieurs infractions contre cette directive, il peut être condamné à une amende qui ne dépassera toutefois pas CHF 10'000.-
- En cas de non observation des prescriptions de la présente directive, le CSEA ou l'instance désignée par ses soins intimera au club un délai de 14 jours pour se conformer aux dispositions en vigueur.
- Un club qui ne prend pas les mesures nécessaires ou les prend trop tardivement sera puni d'une amende de CHF 10'000.- pour chaque match disputé sans appliquer les présentes directives.
- D'autres mesures disciplinaires selon le Règlement Juridique pourront être appliquées contre les clubs fautifs.

### Art. 8 Entrée en vigueur

- La présente directive entre en vigueur le 24 juin 2006 (AG) et remplace la directive du 28.6.2003.
- Les compléments et adaptations du 24.6.2006 sont valables pour les nouvelles acquisitions d'objets d'équipement à partir de la saison 2006/2007.
- Le règlement a été adapté en vue de la nouvelle structuration de la Swiss Ice Hockey Federation en septembre 2011.

### Notice relative aux prestations/devoirs du porteur du maillot/casque de capitaine

Aux responsables des équipes et capitaines en 1ère ligue:

Prestations/obligations maillot du capitaine en Ligue Amateur pour la saison 2006/07

Prestations/obligations de l'agence de commercialisation:

- Maillot du capitaine  
L'agence de commercialisation met à disposition de la LA un maillot particulier (1 maillot à domicile et 1 maillot à l'extérieur) pour tous les capitaines des équipes de 1ère ligue, dans les 6 couleurs de base (rouge, blanc, vert, noir, jaune et bleu). Ce maillot doit être porté par le capitaine d'équipe lors de chaque rencontre de championnat.



## 4. Règlement de publicité

- Casque du capitaine  
Aucun casque de capitaine ne sera mis à disposition pour la saison 2006/07.

Prestations/obligations de la Ligue Amateur pour la saison 2006/07:

- Droits de commercialisation  
La LA transmet à l'agence de commercialisation les droits exclusifs de commercialisation pour les maillots du capitaine.
- Maillot du capitaine  
Les équipes de 1<sup>ère</sup> ligue s'engagent, que tous les capitaines d'équipe disputent les rencontres de championnat avec le maillot du capitaine.  
-> Le non-respect de cette directive est sanctionné selon le règlement juridique code no 7 publicité non-autorisée sur la base du tarif des amendes.
- Pour les autres équipes actives (2<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> ligue, catégorie féminine), il n'existe pas de directive pour la saison 2006/07 au sujet du maillot du capitaine.

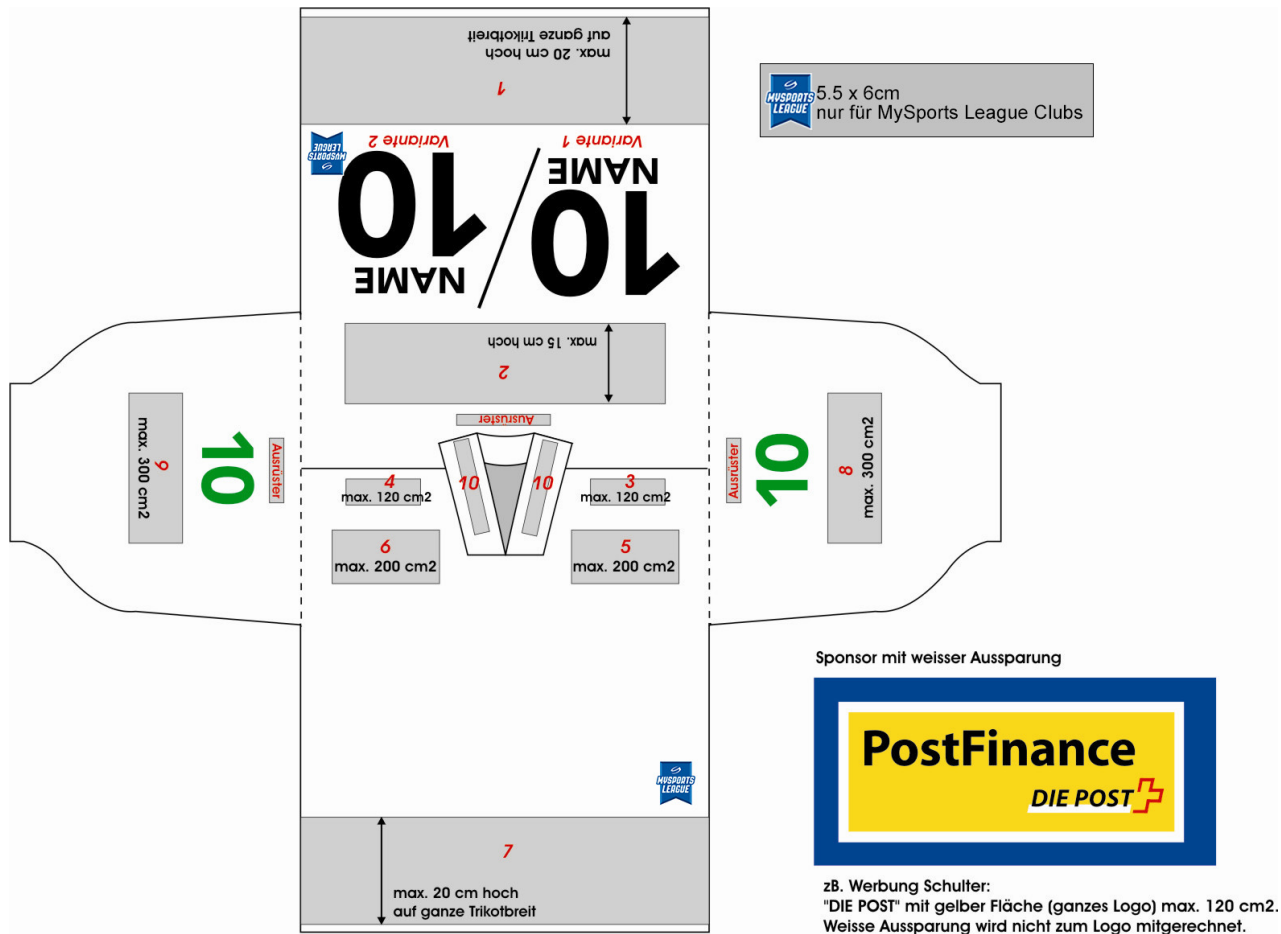
Mention sur le rapport de jeu:

- Le joueur, qui exerce la fonction de capitaine, est à mentionner de la manière suivante sur le rapport de jeu: 19 - Dupont Antoine - C. Cela signifie, que chaque capitaine dispose également d'un numéro de joueur et que le C est à inscrire dans la colonne y relative.

Les arbitres ont été instruits de cette manière et ont le devoir de contrôler ce fait. Cette façon d'agir est également appliquée en LN depuis des années en rapport avec le top scorer pour des raisons statistiques. Ce n'est que de cette manière que l'on peut établir une statistique personnelle des pénalités, étant donné que la fonction de capitaine n'est pas toujours exercée par le même joueur.

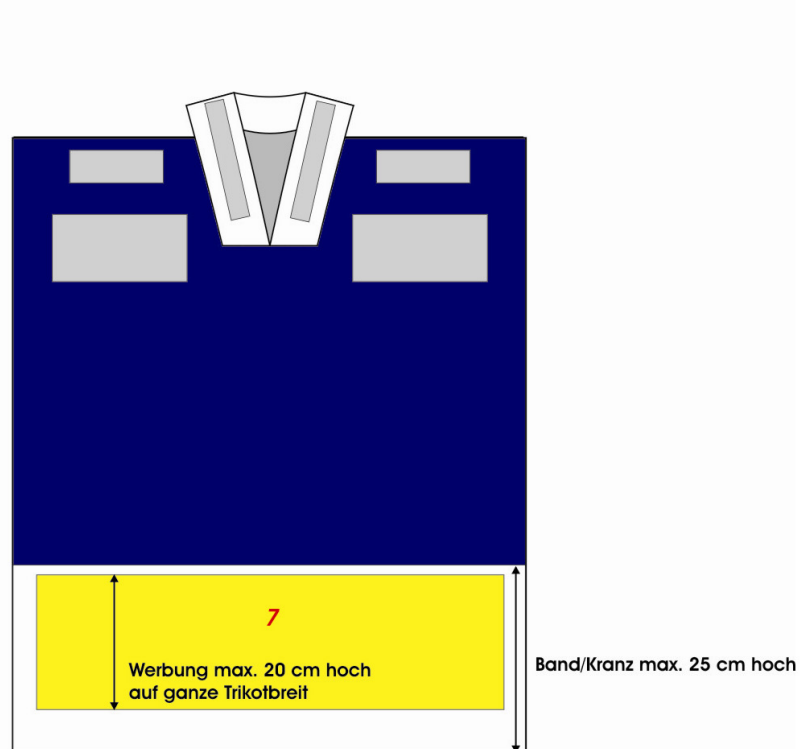
### **Esquisse maillot de joueur / housse pour cuissettes et bas**

## 4. Règlement de publicité





**Beispiel:  
Band/Kranz unten am Trikot**



## Hosenüberzug

