RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ 2026/2027

TABLE DE MATIÉRES

01. Champ d'application ... 3

02. Publicité sur les pièces d'équipement et dans les stades de hockey sur glace ... 3

03. Contenus publicitaires : dispositions générales ... 3

04. Conception et présentation de la publicité ... 3
4.1. Dispositions générales relatives à la conception de la publicité dans les stades ... 3
4.2. Projection de publicité laser sur la surface de glace pendant les matchs ... 4
4.3. Bandes publicitaires LED ... 4
4.4. Publicité via le système de sonorisation du stade ... 4
4.5. Publicité sur le porte-bouteille ... 4
4.6. Interviews télévisées ... 4

05. Publicité sur les pièces d'équipement ... 4
5.1. Equipement des joueurs de champ et des gardiens durant l'échauffement ... 4
5.2. Equipement des joueurs de champ et des gardiens durant le match ... 4
5.3. Maillot des joueurs ... 5
5.4. Numéro et nom ... 7
5.5. Surfaces publicitaires ... 7
5.5.1. Conception des surfaces publicitaires ... 7
5.5.2. Surface publicitaire 1 (dos, en bas) : ... 8
5.5.3. Surface publicitaire 2 (dos, en haut) : ... 8
5.5.4. Surfaces publicitaires 3 et 4 (épaules) : ... 9
5.5.5. Surfaces publicitaires 5 et 6 (torse) : ... 9
5.5.6. Surface publicitaire 7 (devant, en bas) : ... 9
5.5.7. Surfaces publicitaires 8 et 9 (manches, en bas) : ... 9
5.5.8. Surface publicitaire sur le haut des manches (SL, U21-Elit et U18-Elit uniquement) ... 9
5.5.9. Autres ligues ... 9
5.6. Culotte ... 10
5.7. Surface publicitaire 1 (devant) : ... 10
5.8. Surface publicitaire 2 (côtés) : ... 11
5.9. Surface publicitaire 3 (derrière) : ... 11
5.10. Casque ... 11
5.11. Bas ... 11
5.12. Crosses des joueurs de champ ... 12
5.13. Pucks ... 12
5.14. Patins ... 12
5.15. Protège-cou ... 12
5.16. Equipement des gardiens durant le match ... 12
5.17. Casque/masque ... 13
5.18. Bouclier ... 13
5.19. Jambières ... 13

06. Publicité dans les installations sportives ... 13
6.1. Surfaces à disposition ... 13
6.2. Surface de glace ... 14
6.2.1. Cercles d'engagement dans les tiers d'attaque et de défense ... 16
6.2.2. Rond central ... 16
6.2.3. Zone médiane, surfaces publicitaires décalées en diagonale à gauche et à droite de la ligne rouge médiane ... 16
6.2.4. Publicité derrière les lignes de but en dehors du trapèze ... 17

6.2.5. Demi-cercle de l'arbitre 17
6.2.6. Publicité le long des lignes bleues 17
6.3. Surface des bandes autour de la surface de jeu 17
6.4. Plexiglas autour de la surface de jeu 18
6.5. Filets de protection derrière les deux cages 18
6.6. Rembourrages de protection sur les buts 18

07. Commercialisation centralisée 19
7.1. Généralités 19
7.2. Droits médiatiques (uniquement Sport Espoir, Amateur et Féminin, sans Swiss League) 19
7.3. Nouvelles surfaces publicitaires et nouveaux contrats médiatiques 19

08. Litiges et infractions 19
8.1. Sanctions en cas d'infraction aux dispositions du présent règlement 19

09. Entrée en vigueur 20

RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ 2026/2027

01. CHAMP D'APPLICATION

Le présent règlement s'applique à tous les clubs et toutes les organisations de hockey sur glace (ci-après les « clubs ») membres de la SIHF ainsi qu'à tous les stades de hockey sur glace en Suisse dans lesquels sont organisés des matchs de hockey sur glace sous l'égide de la SIHF.

02. PUBLICITE SUR LES PIECES D'EQUIPEMENT ET DANS LES STADES DE HOCKEY SUR GLACE

- Les clubs sont autorisés à placer contre paiement de la publicité en faveur de tiers sur les pièces d'équipement des joueurs et dans installations sportives, aux conditions expresses sui- vantes : les dispositions du présent règlement doivent être respectées intégralement ; les propriétaires et/ou les exploitants de la patinoire n'imposent pas de contraintes restreignant la marge de manœuvre du présent règlement ; si tel était le cas, il conviendrait de s'entendre avec la SIHF ; les prescriptions des autorités nationales, cantonales et/ou locales en matière de publicité lors des manifestations sportives ne sont pas plus restrictives que les dispositions du présent règlement.
- Toutes les surfaces publicitaires sur les pièces d'équipement des joueurs de champ (maillot, culotte, bas, casque) et des gardiens ainsi que les surfaces publicitaires dans les stades de hockey sur glace conformément à l'art. 6 doivent être soumises à la SIHF pour approbation.

03. CONTENUS PUBLICITAIRES : DISPOSITIONS GENERALES

- Toute publicité directe (apposée sur les pièces d'équipement et dans les installations sportives) ou indirecte (par le biais du système sonore du stade, de supports publicitaires mobiles sur et/ou hors de la surface de glace) au contenu offensant, politique, raciste, sexiste, religieux ou contraire à la morale et aux bonnes mœurs est interdite. Est notamment considérée offensante la publicité pour des substances addictives et des médicaments, la publicité à caractère raciste ou sexiste ainsi que la publicité contraire à la morale et aux bonnes mœurs.
- En ce qui concerne la publicité pour l'alcool, le tabac et les produits thérapeutiques ainsi que la publicité politique ou religieuse apposée dans le stade, les dispositions légales de la Confédération, du canton et de la commune en la matière doivent être respectées.
- La publicité pour les eaux-de-vie et la nicotine sur les pièces d'équipement, la surface de glace et les bandes est interdite.
- Dans les cas où un club aurait un doute quant à l'admissibilité d'une publicité, la décision incombe à la SIHF, qui définit la pratique.
- Selon la loi fédérale sur les loteries et les paris professionnels, la publicité pour les loteries étrangères et les exploitants de paris étrangers est interdite. Cette interdiction s'applique aussi bien aux organisations qui se mettent à disposition pour soutenir la diffusion de tels messages publicitaires qu'aux exploitants de loteries et de paris professionnels.

04. CONCEPTION ET PRESENTATION DE LA PUBLICITE

4.1. Dispositions générales relatives à la conception de la publicité dans les stades

L'apposition de publicités aux couleurs fluorescentes est interdite. L'approbation préalable de la SIHF est requise pour les publicités lumineuses, notamment en ce qui concerne l'intensité lumineuse ainsi que la forme et la représentation graphique.

4.2. Projection de publicité laser sur la surface de glace pendant les matchs

Durant l'interruption suivant un but marqué, un show lumineux laser discret est possible pour célébrer le but. Le show lumineux ne doit pas être déshonorant ou provoquant pour les équipes adverses.

4.3. Bandes publicitaires LED

L'utilisation de bandes LED dans les stades est autorisée. Les bandes LED doivent dans tous les cas faire l'objet d'un examen par la SIHF, notamment en ce qui concerne leur dimension et leur placement. Une requête exhaustive doit être déposée auprès de la SIHF en ce qui con- cerne le positionnement et la longueur des publicités.

4.4. Publicité via le système de sonorisation du stade

La diffusion de messages via le système sonore du stade avec des contenus publicitaires/la mention de sponsors, par ex. lors de pénalités, buts et temps-morts, est autorisée.

4.5. Publicité sur le porte-bouteille

Il est autorisé de placer une surface publicitaire pour un logo ou un lettrage sur le porte-bouteille du gardien placée sur l'armature arrière du but.

4.6. Interviews télévisées

Les interviews classiques lors de matchs de SL retransmis en direct (interviews flash) s'effectuent devant le panneau d'interview officiel de la SL, à l'endroit défini par le producteur TV. Si le club ne met pas à disposition le panneau d'interview dans les délais impartis (par ex. directement après la fin de la rencontre), les interviews sont réalisées sans panneau. Une distinction est faite entre les interviews et les entretiens (sur le banc des joueurs, dans les vestiaires), qui sont menés sans panneau d'interview. Les partenaires TV prévoient de mener les interviews devant les panneaux d'interview officiels SL. Cependant, il n'existe aucune obligation contractuelle en la matière.
La présence du sponsor principal sur le panneau d'interview de la SL est obligatoire et doit être garantie par la SIHF.

05. PUBLICITE SUR LES PIECES D'EQUIPEMENT

5.1. Equipement des joueurs de champ et des gardiens durant l'échauffement

La publicité sur l'équipement d'entraînement des joueurs de champ et des gardiens est autorisée, pour autant que cet équipement soit utilisé en dehors des rencontres mentionnées à l'art. 2.2. Sur les maillots d'échauffement, le numéro du joueur doit être disposé de manière bien visible sur le dos (couleur contrastée). Le numéro doit avoir une hauteur d'au moins 20 cm. Le numéro du joueur figurant sur le maillot d'échauffement doit être identique à celui figurant sur le maillot de match.

5.2. Equipement des joueurs de champ et des gardiens durant le match

- Tous les joueurs portent le même logo ou le même lettrage sur les surfaces publicitaires disponibles. Par conséquent, les joueurs se présentent tous avec un équipement identique. Exceptions :

- Equipement des gardiens et du Top Scorer/Starplayer/etc.
- « Action parrainage » 5.3.10
- D'autres exceptions doivent faire l'objet d'une approbation via une décision de l'Assemblée de la Ligue compétente.
- Il est autorisé de changer les logos ou les lettrages sur les surfaces publicitaires des cu- lottes, des maillots, des casques et des bas (en saison régulière ou avant les play-offs, mais pas durant les play-offs). Les nouveaux logos/lettrages doivent être soumis en temps voulu à la SIHF/ligue pour approbation.

- Des surfaces publicitaires autres que celles énumérées ci-après ne sont pas autorisées.

- La SIHF et les clubs garantissent une distinction claire des équipes sur la glace (clair/foncé ; numéros des joueurs lisibles et bien visibles) pendant les matchs. Des modifications/ajustements sont possibles à tout moment en cours de saison, sur demande de la SIHF.

- La SIHF peut exiger des clubs arborant des couleurs identiques de présenter un troisième maillot plus neutre avant le début de la saison (« Away » clair, pouvant être utilisé exclusivement dans le cadre de matchs contre des équipes arborant des couleurs identiques).

5.3. Maillot des joueurs

- Avant le début de chaque saison, les maillots (SL/MHL/WL/U21-Elit/U18-Elit) ainsi que l'ensemble des pièces d'équipement dotées de surfaces publicitaires (par ex. masques et jam- bières de gardien) doivent être soumis à la SIHF pour examen et approbation. Cela peut s'effectuer sous forme de propositions de design. Si nécessaire, la SIHF peut demander la tenue originale pour une appréciation plus précise.

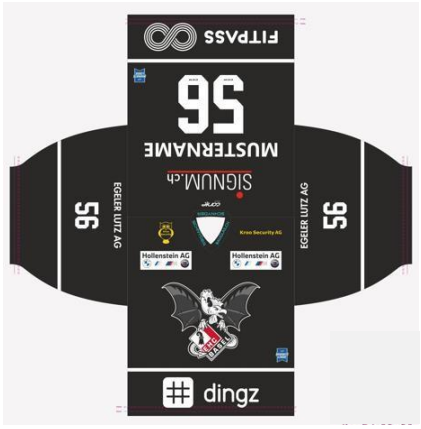
- Afin de permettre une bonne distinction dans le stade et à la télévision, les maillots des joueurs doivent être composés à 80% d'un ton ou d'une couleur de base (bleu foncé et bleu clair = deux couleurs). Ces 80% sont calculés en déduisant de la surface totale du maillot celle utilisée par le numéro de joueur (dos et torse), le nom du joueur et les surfaces publicitaires (sponsors). En Regio League ainsi que dans les ligues féminines et de la relève, les numéros sur les manches sont autorisés et les numéros sur le torse ne sont pas obligatoires.

- Le maillot, les manches (et les bas) doivent être de couleur identique.

- Le logo du club peut être placé au milieu du maillot, en dessous du numéro du joueur. Le logo du club ainsi intégré ne doit contenir aucune publicité ou ajout de marque.

- Deux types de maillots sont autorisés en championnat :
  - Maillots à bordure inférieure droite à l'arrière (traditionnels)
  - Maillots à bordure inférieure arrondie à l'arrière (style NHL)

RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ 2026/2027





- Un badge de 4,5 x 6,85 cm avec le logo officiel de la SIHF/de la ligue est placé à proximité de la bordure inférieure droite du maillot, directement au-dessus des surfaces publicitaires inférieures, à 20 cm de hauteur et à une distance d'au moins 1 cm de la couture latérale.





- Le logo « puck » et le lettrage « Swiss Ice Hockey » doivent être imprimés à l'intérieur du col.

- La présence d'un partenaire publicitaire/sponsor est autorisée sur le col, avec logo et/ou lettrage.

- Equipementier :
  Une surface d'env. 2 cm en dessous du col, centrée, d'une hauteur de 4 cm et d'une largeur de 10 cm au maximum est réservée aux équipementiers. L'équipementier et un fournisseur peuvent apparaître sur cette surface, par ex. Ochsner Hockey et Nike.

- Le logo du club avec indication de la saison (par ex. 2022/23) peut être placé sur le bord inférieur des deux manches. Le club est libre d'utiliser un logo spécial (utilisation non com- merciale) sur l'une ou les deux manches en lieu et place du logo du club, notamment l'écus- son cantonal ou des logos pour les jubilés, les activités CSR, etc. Il est en outre possible d'apposer une « Action parrainage » sur la partie inférieure de l'une des manches, en lieu et place d'un logo. Cela est uniquement possible avec le lettrage (nom ou logo) du « parrain du joueur », qui

peut différer d'un joueur à l'autre.

5.4. Numéro et nom

- Le nom du joueur (en haut ou en bas) et son numéro (au milieu) figurent sur le dos du mail- lot. Dans certaines ligues du Sport Espoir, Amateur et Féminin, les noms ne doivent pas obli- gatoirement figurer sur le maillot.
- Le nom et le numéro du joueur figurent impérativement dans la couleur opposée (couleurs complémentaires ; par ex. noir-blanc) avec le plus fort contraste clair/foncé possible (une couleur foncée sur un fond clair ou inversement).
- Des chiffres et une police de caractères (standard) bien lisibles doivent être utilisés pour le numéro et le nom du joueur. Les adjonctions ou fioritures créatives ne sont pas admises.
- Seuls les chiffres compris entre 1 et 99 peuvent être utilisés (chiffres entiers ; police de caractères et design identiques pour tous les joueurs)
- La hauteur minimale des lettres composant le nom du joueur est de 6 cm.
- Le nom du joueur figure en majuscules entre la surface publicitaire supérieure ou infé- rieure et le numéro du joueur. Le nom du joueur doit être bien lisible.
- Le numéro du joueur doit avoir une hauteur comprise entre 20 et 25 cm
- S'il est renoncé à une surface publicitaire supérieure ou inférieure sur le dos du maillot, le numéro du joueur peut avoir une hauteur maximale de 30 cm.
- Il est autorisé d'intégrer le logo ou le lettrage de l'équipementier (une marque seule- ment) dans les chiffres qui composent le numéro du joueur. La lisibilité du numéro de joueur et le contraste des couleurs ne doivent pas en être altérés.
- Il est autorisé de placer l'emblème national du joueur, d'une dimension maximale de 10 cm^2, entre la surface publicitaire supérieure et le nom ou le numéro du joueur (si le nom figure en dessous du numéro).
- L'emplacement du numéro du joueur est défini spécifiquement pour les ligues. Conformément aux dispositions spécifiques à chaque ligue ci-après, le numéro de joueur doit figurer soit au centre du devant du maillot, à environ 5 cm sous le col, sur une hauteur d'au moins 10 cm, soit sur les manches, également sur une hauteur d'au moins 10cm.
- A l'exception de la Swiss League, de la MyHockey League et de la Women's League, le numéro peut être placé dans les ligues du Sport Espoir, Amateur et Féminin sur la poitrine ou sur les manches.
- Dans la MyHockey League, le numéro doit impérativement être placé sur les manches et non sur la poitrine. Le numéro doit être visible sur les deux manches à une hauteur d'au moins 10 cm.
- Dans la Swiss League et la Women's League, le numéro doit impérativement être placé sur la poitrine et non sur les manches.
- Le capitaine doit porter la lettre « C » et ses assistants la lettre « A ». Bien visibles, de couleur contrastant avec celle du maillot et d'une hauteur de 8 cm, ces lettres sont apposées sur le côté gauche de la poitrine, à 2 cm en dessous de la surface publicitaire.

Complément pour les ligues U21-Elit et U18-Elit :

- Le nom du joueur ne doit pas obligatoirement figurer sur le maillot. Si les maillots ont déjà été pro- duits, des numéros apposés sur la manche et non sur la poitrine sont tolérés. Pour toutes les nouvelles productions de maillots, le numéro doit être apposé sur la partie avant.

5.5. Surfaces publicitaires

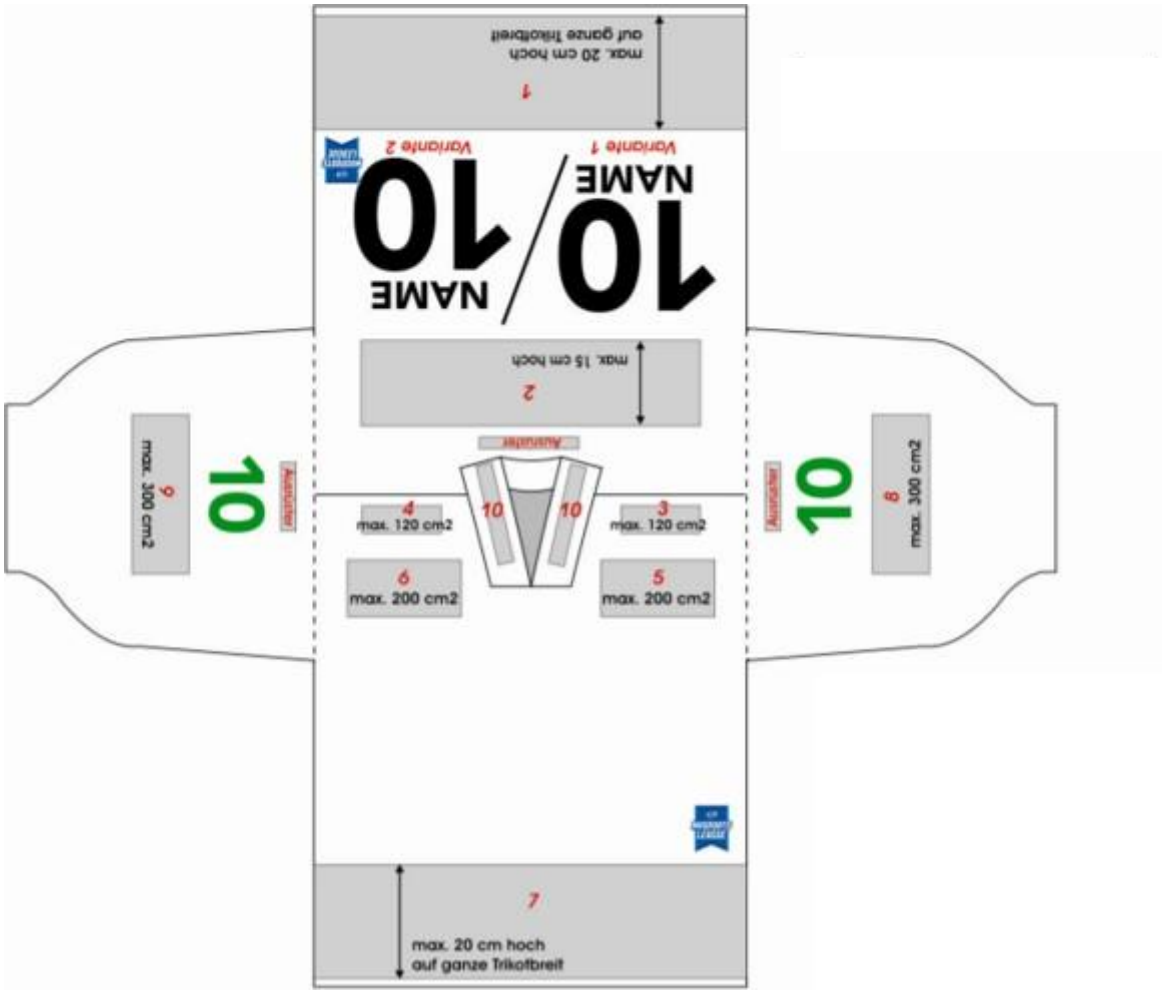
5.5.1. Conception des surfaces publicitaires

- La taille du logo/du lettrage (hauteur et largeur/cm^2) est en principe déterminante pour toutes les surfaces publicitaires. Si le logo/lettrage est placé sur un arrière-plan pour des raisons de

visibilité, cet arrière-plan est considéré comme faisant partie de la surface pu- blicitaire. L'ensemble de la surface publicitaire (logo/lettrage et arrière-plan) est donc dé- terminant.

- Si les mêmes sponsors figurent sur les maillots « Home » et « Away », les tailles des surfaces publicitaires doivent être identiques sur les deux maillots.
- Il est autorisé d'apposer des logos ou lettrages différents sur les maillots « Home » et « Away ».
- Il est également autorisé de n'apposer qu'un seul logo/lettrage par surface publicitaire
- sur le maillot.

Visualisation MyHockey League ; valable pour d'autres ligues comme expliqué ci-avant.



5.5.2. Surface publicitaire 1 (dos, en bas) :

Au bord inférieur du maillot, sur une hauteur maximale de 20 cm sur toute la largeur du maillot, calculée depuis les coins inférieurs du maillot, indépendamment de la forme du maillot. Dans le cas de maillots avec bordure arrondie, l'arrondi peut être dans la couleur du logo ou du design du maillot.

5.5.3. Surface publicitaire 2 (dos, en haut) :

Au bord supérieur du maillot, sur une hauteur maximale de 15 cm sur toute la largeur du maillot. Le bord supérieur de cette surface publicitaire se situe 5 à 10 cm en dessous de la couture de l'épaule.

5.5.4. Surfaces publicitaires 3 et 4 (épaules) :
Un logo ou lettrage sur le dessus des épaules, à gauche et à droite (depuis la couture d'épaule à comp- ter du côté avant du maillot), d'une surface maximale de 120 cm2 par côté. Deux partenaires publicitaires différents sont admis. Les surfaces publicitaires sur les épaules du maillot du Top Scorer/Star- player/etc., à gauche et à droite, sont à disposition de la SIHF pour y apposer des surfaces publicitaires d'une surface maximale de 120 cm2 par côté.¨

5.5.5. Surfaces publicitaires 5 et 6 (torse) :
Un logo ou lettrage de chaque côté (partenaires publicitaires différents possibles), d'une surface maxi- male de 200 cm2. Le bord supérieur de cette surface publicitaire se situe 5 cm en dessous de la couture de l'épaule.

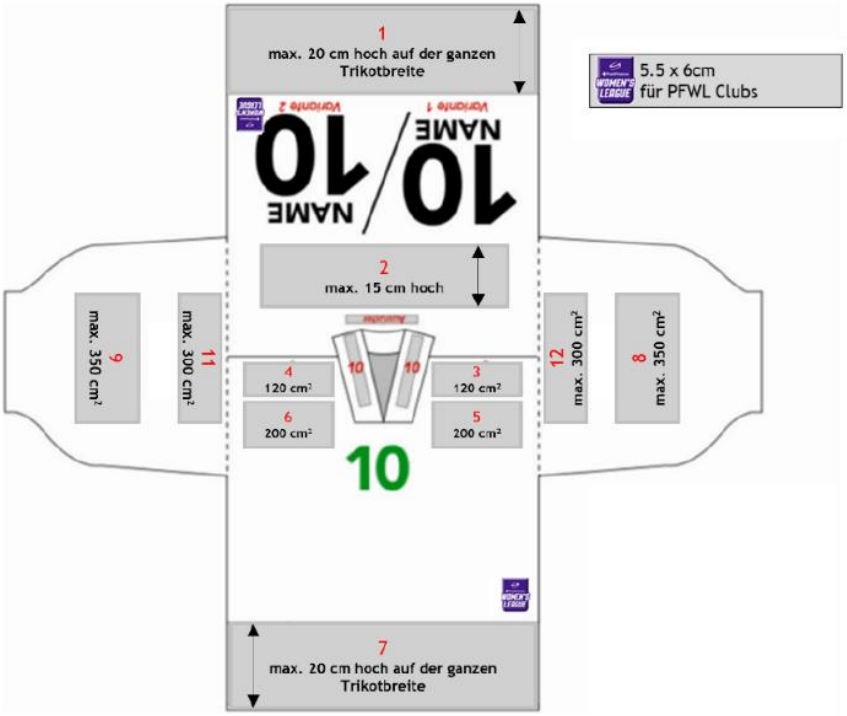
5.5.6. Surface publicitaire 7 (devant, en bas) :
Au bord inférieur du maillot, sur une hauteur maximale de 20 cm sur toute la largeur de la face avant du maillot, calculée depuis les coins inférieurs du maillot, indépendamment de la forme du maillot. Dans le cas de maillots avec bordure arrondie, l'arrondi peut être dans la couleur du logo ou du design du maillot.

5.5.7. Surfaces publicitaires 8 et 9 (manches, en bas) :
Un logo ou lettrage sur la partie supérieure de la manche, à gauche et à droite, environ 5 cm en des- sous de la couture de l'épaule, sur une surface maximale de 30 cm2 par côté ; partenaire publicitaire identique sur les deux côtés.

5.5.8. Surface publicitaire sur le haut des manches (SL, U21-Elit et U18-Elit uniquement)
Le numéro du joueur se situe à cet emplacement pour les équipes du Sport Espoir, Amateur et Féminin. Cette surface publicitaire peut être utilisée en SL et dans les ligues U21-Elit et U18-Elit. Horizontalement ou verticalement sur les manches, sur une surface maximale de 350 cm2 de chaque côté, des partenaires publicitaires différents peuvent être apposés à gauche et à droite sur les manches.

5.5.9. Autres ligues
Dans toutes les ligues, il existe une surface de publicité supplémentaire sur les deux manches (surfaces 11 et 12)

Visualisation Women's League



5.6. Culotte

Il est autorisé d'apposer sur les culottes des logos et lettrages différents pour les rencontres à domicile et à l'extérieur. S'il est renoncé à la surface publicitaire latérale (2), il est autorisé de placer une surface publicitaire devant (1) et derrière (2), d'une dimension totale de 1100 cm2 au maximum.



5.7. Surface publicitaire 1 (devant) :

Un logo ou lettrage à gauche et à droite (sur les cuisses), d'une surface maximale de 450 cm2 de chaque côté. Clubs de SL, U21-Elit et U18-Elit : partenaires publicitaires différents possibles pour 1a et 1b.

5.8. Surface publicitaire 2 (côtés) :
Un logo ou lettrage à gauche et à droite, d'une largeur maximale de 10 cm et d'une hauteur maximale de 30 cm. Clubs de SL, U21-Elit et U18-Elit : partenaires publicitaires différents possibles pour 2a et 2b.

5.9. Surface publicitaire 3 (derrière) :
Un logo ou lettrage à gauche et à droite (sur la cuisse ; au bord inférieur de la culotte), d'une surface maximale de 450 cm2 de chaque côté. Clubs de SL, U21-Elit et U18-Elit : partenaires publicitaires différents possibles pour 3a et 3b.

5.10. Casque
Remarques préliminaires :
Il est autorisé d'apposer sur le casque des logos et lettrages différents pour les rencontres à domicile et à l'extérieur. La couleur du casque est adaptée au maillot (« Home » : foncé ;
« Away » : clair). Il est autorisé d'apposer le logo du fabriquant (par ex. Bauer, CCM, etc.) sur les deux côtés du casque, sur une surface maximale de 10 cm2.

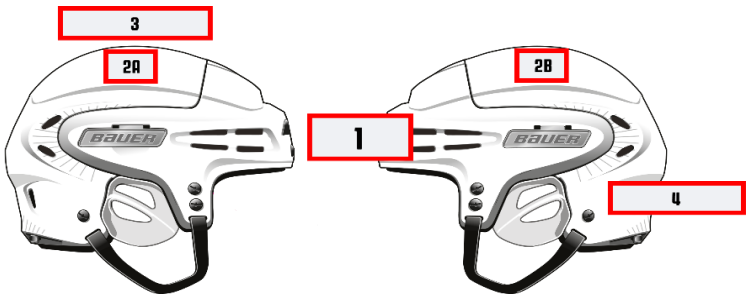
Surface publicitaire 1 (devant)
Un logo ou lettrage sur la partie frontale sur une surface maximale de 80 cm2.

Surface publicitaire 2 (côtés)
Un logo ou lettrage des deux côtés, sur une surface maximale de 50 cm2 de chaque côté ; partenaire publicitaire identique de chaque côté.

Surface publicitaire 3 (haut)
Un logo ou lettrage sur le haut du casque, sur une surface maximale de 80 cm2.

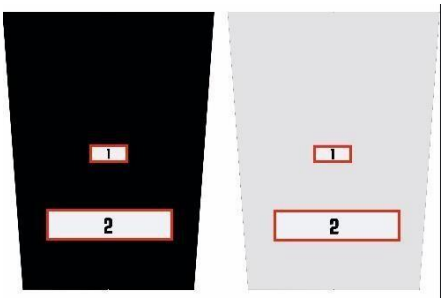
Surface publicitaire 4 (derrière)
Un logo ou lettrage sur la partie arrière, sur une surface maximale de 80 cm2.

Numéro du joueur sur le casque
D'une hauteur d'environ 2,5 à 3 cm, le numéro du joueur est placé sur le casque, à l'avant, au-dessus de la surface publicitaire, ainsi que sur les côtés, à gauche et à droite. Le numéro du joueur doit figurer impérativement dans la couleur opposée (couleurs complémentaires) avec le plus fort contraste clair/foncé possible (noir-blanc).



5.11. Bas
Remarques préliminaires :
Il est autorisé d'apposer sur les bas des logos et lettrages différents pour les rencontres à domicile

et à l'extérieur.



Surface publicitaire 1 (genoux)
Un logo ou lettrage à l'avant, à hauteur de la rotule, sur une surface maximale de 50 cm2 ; partenaire publicitaire identique de chaque côté.

Surface publicitaire 2 (jambes)
Un logo ou lettrage sur les deux bas, en dessous du genou, d'une hauteur maximale de 15 cm ; partenaire publicitaire identique de chaque côté.

5.12. Crosses des joueurs de champ

En dehors de la surface réservée à la marque du fabriquant de la crosse, un logo ou lettrage d'une longueur maximale de 20 cm peut être apposé sur les deux côtés (larges) de la partie verticale de la crosse. Cette disposition ne s'applique qu'aux crosses des joueurs de champ. La publicité autre que le logo ou le lettrage du fabricant de la crosse n'est pas autorisée sur les crosses des gardiens.

5.13. Pucks

Un logo ou lettrage peut être apposé sur les deux faces du puck en contact avec la glace. L'impression ne doit pas réduire la perception du puck et être approuvée par la SIHF. Les logos ou lettrages imprimés sur le puck ne doivent pas dépasser un diamètre de 4,5 cm, soit 35% de la surface du puck. Les deux faces du puck peuvent être imprimées (Règle 13.1 IIHF). Les couleurs utilisées pour l'im- pression ne doivent pas être irritantes. Il est indispensable d'obtenir le bon à produire de la SIHF.

5.14. Patins

Outre le logo/lettrage du fabricant, un logo/lettrage peut être apposé sur les patins.

5.15. Protège-cou

Outre le logo/lettrage du fabricant, un logo/lettrage peut être apposé sur le protège-cou.

5.16. Equipement des gardiens durant le match

En ce qui concerne l'équipement des gardiens, les dispositions particulières ci-après s'appliquent et les surfaces publicitaires supplémentaires suivantes sont à disposition :

5.17. Casque/masque
Une surface publicitaire à l'avant (1) peut être utilisée sur le masque de gardien. Cette surface peut mesurer 10x5 cm au maximum. En complément à l'art. 5.5, il a été défini que, si le masque de gardien ne permet pas l'apposition de la surface publicitaire 1, il est autorisé d'apposer sur la face arrière du masque un logo ou un lettrage d'une surface maximale de 210 cm2, y c. l'arrière-plan. Aucune autre surface publicitaire n'est autorisée sur le masque de gardien. Sur la face avant, le masque de gardien peut porter un logo/lettrage/sponsor différent que celui figurant sur le casque des joueurs de champ.

5.18. Bouclier
Outre le logo/lettrage du fabricant, un logo/lettrage peut être apposé sur le bouclier. Des logos et lettrages différents pour les rencontres à domicile et à l'extérieur sont autorisés.

5.19. Jambières
Sur les deux jambières, seul un logo/lettrage discret du fabriquant est autorisé.

06. PUBLICITE DANS LES INSTALLATIONS SPORTIVES

6.1. Surfaces à disposition

De la publicité peut être apposée sur les surfaces suivantes :

Surface de glace :
- Cercles d'engagement dans les tiers d'attaque et de défense
- Cercle d'engagement central (commercialisé de manière centralisée pour le championnat de SL/MHL) ; l'approbation de l'Assemblée de la Ligue SL et de la MHL est requise
- Surfaces en zone médiane, à gauche et à droite de la ligne rouge médiane
- Demi-cercle de l'arbitre (réservé pour le logo de la ligue)
- Publicité derrière les lignes de but en dehors du trapèze
- Surface des bandes autour de la surface de glace, aussi bien à l'intérieur (côté glace) qu'à l'extérieur (côté spectateurs)
- Plexiglas autour de la surface de glace, aussi bien à l'intérieur (côté glace) qu'à l'extérieur
- (côté spectateurs) ;
- Filets de protection derrière les deux cages ; un logo ou lettrage (imprimé uniquement côté
- glace), sous réserve d'approbation de la SIHF (conformément à l'art. 6.5).
- Rembourrages de protection des deux buts
- Surfaces sur le tableau d'affichage/du chronométrage et des temps de pénalité.
- Surfaces sur le tableau Totomat.
- Surfaces situées derrière les bancs des joueurs et les bancs des pénalités
- Toutes les autres surfaces à l'intérieur de l'installation sportive appropriées pour l'apposition de publicité sans entraver la production TV
- A l'intérieur des stades, un maximum de deux rangées (jusqu'au début des rangées de spectateurs) avec panneaux publicitaires sont autorisées (hors publicités sur les plexiglas) ; la rangée arrière peut être une bande LED, conformément à l'al. 4. La hauteur des publicités est limitée à 100 cm au maximum.

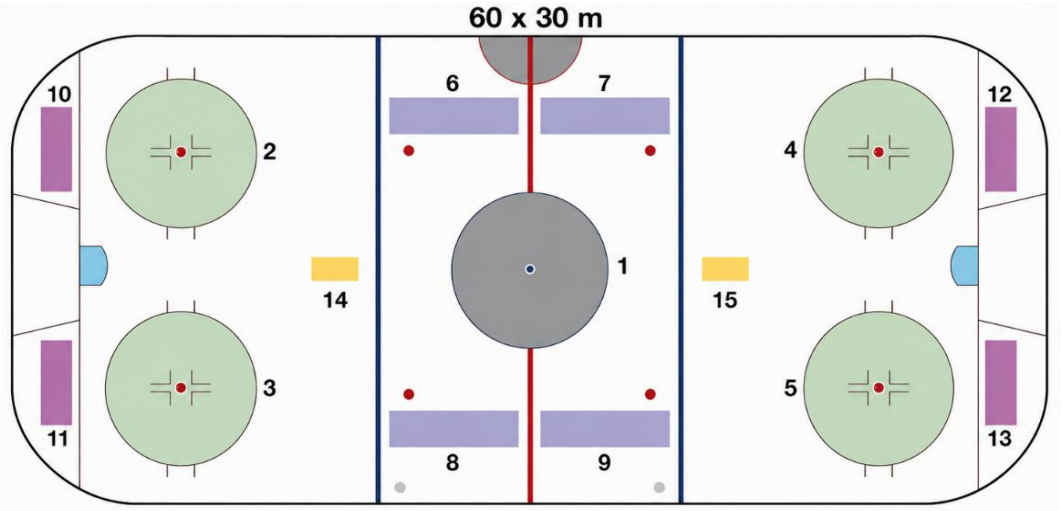
6.2. Surface de glace

Remarques préliminaires

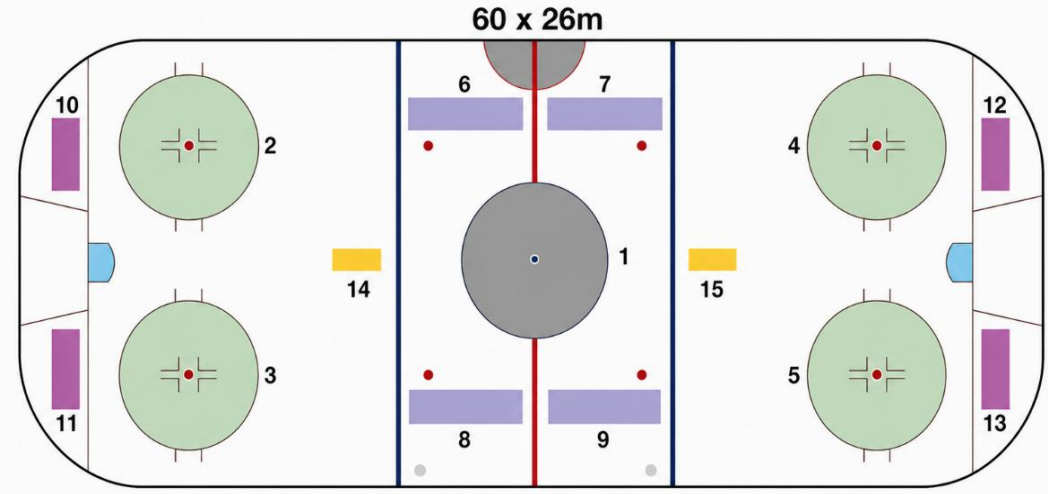
Afin que la publicité soit bien lisible et que les spectateurs (dans le stade et à la télévision) puissent suivre aisément les trajectoires du puck en mouvement, de grandes surfaces de couleur sombre (noir, brun, bleu foncé, etc.) ne doivent pas être utilisées comme arrière-plan. Sur demande de la SIHF, ces surfaces doivent être éclaircies à 70% au minimum. Les surfaces publicitaires sur la glace doivent être soumises à la SIHF pour approbation chaque année en début de saison. Il est autorisé de modifier les quatre cercles d'engagement et les quatre surfaces publicitaires dans la zone médiane une fois par saison avant les play-offs/play-out. Le dernier délai pour la réception par la SIHF est le 15 janvier.



RÈGLEMENT DE PUBLICITÉ 2026/2027



Désignation	Positions	Surface publicitaire
Ligue (MHL / SL)	–	–
Cercle d'engagement	2-5	diamètre 900 cm
Bandeau logo	6-9	670 x 270 cm
Publicité derrière le but	10-13	580 x 180 cm
Publicité ligne bleue	14+15	460 x 130 cm



Désignation	Positions	Surface publicitaire
Ligue (MHL / SL)	–	–
Cercle d'engagement	2-5	diamètre 900 cm
Bandeau logo	6-9	670 x 270 cm
Publicité derrière le but	10-13	580 x 180 cm
Publicité ligne bleue	14+15	460 x 130 cm

6.2.1. Cercles d'engagement dans les tiers d'attaque et de défense

- Logos ou lettrages dans les quatre cercles d'engagement ;
- Les quatre cercles d'engagement réunis peuvent recevoir huit supports publicitaires au maximum, à raison d'un maximum de deux supports publicitaires par cercle ;
- Les logos et lettrages à l'intérieur des cercles d'engagement doivent être position- nés de manière à ne pas recouvrir ou interférer avec les marques sur la glace (par ex. les points d'engagement, etc.). Pour assurer une meilleure visibilité, il convient de garder blanches des bandes de 10 cm de large autour des points d'engagement et de 5 cm de large autour des doubles « L » et autour des cercles d'engagement.
- Les logos et/ou lettrages peuvent être placés librement sur la surface à disposition dans les cercles d'engagement, par ex. parallèlement, perpendiculairement ou en diagonale par rapport à la bande longitudinale de la patinoire.

6.2.2. Rond central

Remarques préliminaires

La surface publicitaire dans le rond central est à la disposition exclusive de la SIHF, conformé- ment aux dispositions de l'art. 7 du présent règlement. Les transparents nécessaires seront re- mis aux clubs en temps utile avant le début de la saison pour leur mise en place sous la surface de glace.

6.2.2.1. Swiss League et MyHockey League

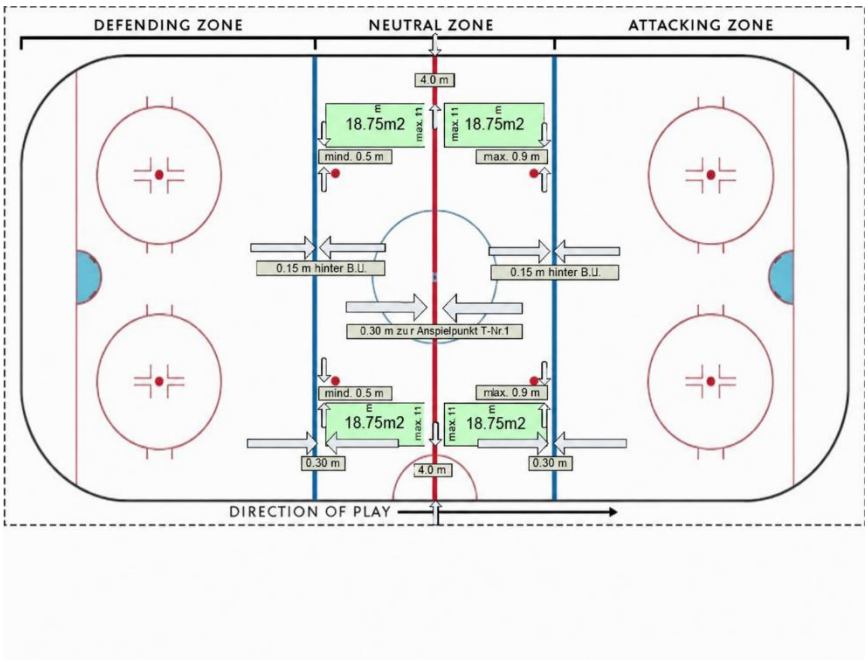
- Un logo et un lettrage (à disposition du partenaire de la ligue)
- Une surface publicitaire combinée avec un partenaire et son image visuelle est autorisée ;
- Le logo et le lettrage à l'intérieur du rond central doivent être positionnés de manière à ne pas recouvrir ou interférer avec les marques sur la glace (par ex. le point d'engage- ment, etc.) ;
- Le logo et/ou le lettrage peuvent être placés librement sur la surface à disposition dans le rond central, par ex. parallèlement, perpendiculairement ou en diagonale par rapport à la bande longitudinale de la patinoire ; les dispositions du règlement technique relatif aux installations de sports de glace de la SIHF en vigueur doivent être respectées ;
- Il n'est pas obligatoire de tracer la ligne médiane rouge à l'intérieur du cercle central, pour autant que celui-ci soit commercialisé.

6.2.3. Zone médiane, surfaces publicitaires décalées en diagonale à gauche et à droite de la ligne rouge médiane

Quatre surfaces publicitaires de 18,75 m^2 au maximum, à gauche et à droite de la ligne rouge médiane.
La largeur maximale admise doit être respectée comme suit : Entre la ligne bleue et la publicité et entre la ligne rouge médiane et la publicité, un espace de 30 cm doit obligatoirement être respecté. La hauteur maximale autorisée pour la publicité est calculée comme suit : 18,75 m^2 divisé par la largeur maximale admise de la publicité sur la glace.

Les bords des surfaces publicitaires orientés vers la bande doivent afficher une distance de 4,0 m par rapport à la bande, pour une surface de glace d'une largeur de 30 m. Pour une surface de glace de 26 m, la distance par rapport à la bande doit être de 3,30 m au maximum. Les surfaces publicitaires sont placées sous la glace de manière centrée entre la ligne rouge et les lignes bleues Le bord des surfaces publicitaires orienté vers le centre de la surface de jeu doit afficher une distance minimale de 30 cm par rapport au point d'engagement.

En lieu et place de publicités classiques, il est autorisé d'apposer le logo du club sur les surfaces pu- blicitaires 6 / 7 / 8 / 9 / 10 / 11 / 12 / 13, conformément à l'art. 6.2.



6.2.4. Publicité derrière les lignes de but en dehors du trapèze

Les publicités derrière les lignes de but aux positions 10 / 11 / 12 / 13 doivent obligatoirement respec-
ter une distance d'au moins 30 cm par rapport à la ligne de but et la ligne du trapèze.

6.2.5. Demi-cercle de l'arbitre

La surface du demi-cercle de l'arbitre peut être utilisée pour des publicités commerciales, des engage- ments sociaux (CSR) ou à des fins d'autopromotion (SIHF, logo du club et/ou partenaire TV) portant sur le hockey sur glace. La SIHF peut faire usage de manière centralisée de la surface dans ces catégories. Ceci requiert toutefois l'approbation du club concerné. Si la surface n'est pas utilisée par la SIHF jusqu'au 30 mai de chaque année, celle-ci est rendue au club pour usage individuel pour des publicités commerciales, des engagements sociaux (CSR) ou à des fins d'autopromotion (SIHF et/ou logo du club). Les dispositions de l'art. 6.1 s'appliquent par ailleurs.

6.2.6. Publicité le long des lignes bleues

Dans la zone offensive et défensive, une surface publicitaire d'une taille maximale de 4.6 x 1.3 mètre peut être placée de manière centralisée, à un angle de 90 degrés par rapport à la ligne bleue. La distance par rapport à la ligne bleue est de 1,5 mètre. Le lettrage est toujours orienté vers la caméra principale de la production télévisée.

6.3. Surface des bandes autour de la surface de jeu

- Une distance de 20 cm doit être respectée entre la surface de la glace et la limite inférieure de la publicité.
- Les couleurs fluorescentes sont interdites ; les publicités lumineuses sont autorisées sous réserve d'approbation de la SIHF uniquement.
- Les lignes bleues et la ligne rouge médiane peuvent être prolongées vers le haut de la bande dans la même couleur (bleu ou rouge). Un lettrage peut être apposé sur cette surface. La surface de la plinthe doit toutefois rester exempte de publicité.



6.4. Plexiglas autour de la surface de jeu

- Logos ou lettrages immédiatement au-dessus de la bordure supérieure des bandes
- Plusieurs partenaires publicitaires sont autorisés
- Si plus d'un partenaire publicitaire est présenté, les logos et lettrages peuvent être apposés librement, proportionnellement à la contribution financière versée par les différents partenaires publicitaires.

6.5. Filets de protection derrière les deux cages



- La publicité est autorisée uniquement sur les filets derrière les cages et non sur les filets placés sur les côtés des cages
- Les logos et lettrages sont placés de manière à n'être lisibles que depuis le côté de la sur-
- face de jeu
- Au maximum deux partenaires publicitaires peuvent être placés sur chaque filet de protection ; au total, quatre partenaires publicitaires sont autorisés sur les deux filets de protection
- Une distance de 1 m doit être respectée entre la bordure supérieure du plexiglas et le bord inférieur de la publicité placée sur les filets de protection.

6.6. Rembourrages de protection sur les buts

Les rembourrages de protection des deux buts peuvent être marqués d'un branding d'une hauteur maximale de 19 cm.

07. COMMERCIALISATION CENTRALISEE GENERALITES

Les surfaces suivantes sont réservées pour la commercialisation centralisées, et ce, aussi longtemps que le contrat est en vigueur, années optionnelles comprises :

- Présence/design d'un sponsor sur les surfaces d'épaules du maillot du PostFinance Top Scorer/Starplayer/etc.
- Présence d'un sponsor sur l'équipement d'un ou de plusieurs joueurs de champ par club de Swiss League et de MyHockey League
- Rond central, conformément à l'art. 6.2.2
- Publicité derrière la ligne du but, conformément à l'art. 6.2.4.
- Demi-cercle de l'arbitre, conformément à l'art. 6.2.5

7.1. Droits médiatiques (uniquement Sport Espoir, Amateur et Féminin, sans Swiss League)

Dans le domaine des images animées, les droits médiatiques internationaux pour tous les matchs de l'ensemble des ligues suisses amateurs, féminines et de la relève appartiennent intégralement à la SIHF (soit notamment les droits des résumés et les droits d'exploitation ultérieure pour la télévision en libre accès, la télévision payante, Internet et la communication mobile, y c. tous les droits sur les paris et les données, etc.). Cela permet notamment à la Fédération de développer une plateforme commune inter-ligues qui renforcera la perception du hockey sur glace suisse dans son ensemble. Les droits d'utilisation propres pour les clubs sont réglés en détail en fonction du partenaire OTT et d'entente avec les clubs. La transmission d'images animées et l'octroi d'autorisations de tournage à des tiers à des fins de publication ne sont autorisées qu'avec l'accord écrit préalable de la SIHF.

7.2. Nouvelles surfaces publicitaires et nouveaux contrats médiatiques

Avant la conclusion de nouveaux contrats médiatiques et/ou de commercialisation conformément à l'art. 7.1., l'Assemblée de la Ligue des clubs de SL et/ou les clubs du Sport Espoir, Amateur et Fémi- nin doivent donner leur accord.

08. LITIGES ET INFRACTIONS

8.1. Sanctions en cas d'infraction aux dispositions du présent règlement

Le Juge unique en matière disciplinaire du Sport d'élite est l'instance compétente pour l'instruction et la prononciation d'amendes pour les clubs de Swiss League.
Les infractions au présent règlement sont transmises au Juge unique en matière disciplinaire du Sport d'élite pour ouverture d'une procédure ordinaire (Tarif des amendes).
D'autres mesures disciplinaires peuvent être prononcées à l'encontre d'un club fautif, conformément au règlement juridique.
En cas d'infraction aux dispositions du présent règlement, le Conseil d'administration de la SIHF ou un autre organe désigné par ce dernier impartit un délai de 14 jours au club fautif pour établir un état conforme au présent règlement.
Un club qui ne donne pas suite aux mesures ordonnées ou les applique avec retard sera puni d'une amende pouvant s'élever jusqu'à CHF 10 000.– par match disputé dans des conditions non conformes au présent règlement.

09. ENTREE EN VIGUEUR

Le présent règlement a été révisé et approuvé en amont de la saison 2026/27 par les Assemblées des ligues concernées. Le présent règlement entre en vigueur pour la saison 2026/27 et remplace les anciennes versions du règlement.