

# GUIDE MARKETING

Recueil des règlements marketing des compétitions concernant  
les clubs de football professionnel de Ligue 1 et Ligue 2



UCPF : 88, avenue Kléber – 75116 Paris  
Tél. : 01 55 73 32 32 – Fax : 01 55 73 32 33 – [ucpf@ucpf.fr](mailto:ucpf@ucpf.fr)  
[www.ucpf.fr](http://www.ucpf.fr)



# ÉDITORIAL



L'Union des Clubs Professionnels de Football a pour vocation de favoriser la mise en place d'un environnement juridique et économique favorable aux clubs de football mais aussi de les aider au quotidien dans leur gestion opérationnelle.

Or, le football est devenu au fil des ans une activité particulièrement réglementée où aux textes des autorités sportives internationales et nationales s'ajoutent les dispositions de l'Union Européenne et celles du législateur français. Pour le praticien, il devient alors souvent mal aisé de s'y retrouver dans cette foison de textes.

C'est la raison pour laquelle l'UCPF a décidé depuis quelques saisons de regrouper dans une série de guides les principales dispositions applicables par les clubs dans une matière donnée.

Un seul guide pour avoir tout ou presque sous la main.

La parution de cette 7<sup>e</sup> édition du GUIDE MARKETING UCPF SAISON 2011/2012 s'inscrit directement dans cette démarche qui vise à simplifier la vie des professionnels des clubs.

Certain que vous en ferez bon usage pour construire ensemble un football d'excellence.

Philippe DIALLO  
Directeur Général de l'UCPF

# SOMMAIRE

## **OBJET DU GUIDE MARKETING** p. 6

### **1. PRINCIPE GÉNÉRAL** p. 7

### **2. CHAMPIONNAT DE FRANCE** p. 8

- 2.1. Les équipements (Art 559 et suivants du règlement de la LFP) p. 8
- 2.2. Le ballon du championnat (Art 574 du règlement de la LFP) p. 21
- 2.3. Publicité dans les stades des championnats de France de Ligue 1 et de Ligue 2 et Trophée des Champions (convention FFF/LPF) p. 22

### **3. COUPE DE LA LIGUE** p. 24

- 3.1 Dispositions et organisation générales (Art 700 et 701 du règlement LFP) p. 24
- 3.2 Calendrier (Art 702) p. 24
- 3.3 Système de la compétition (Art 703) p. 25
- 3.4 Déroulement des matches (Art 704) p. 26
- 3.5 Qualification et participation des joueurs (Art 705 et 706) p. 27
- 3.6 Discipline (Art 707) p. 28
- 3.7 Ballons multiples et ramasseurs de balle (Art 709) p. 28
- 3.8 Dispositions financières (Art 710) p. 29
- 3.9 Organisation de la billetterie des matches qualificatifs (Art 711) p. 30
- 3.10 Feuille d'arbitrage et réserves (Art 712) p. 32
- 3.11 Sponsoring et publicité (Art 713, 714, 715) p. 32
- 3.12 Animations (Art 716) p. 37
- 3.13 Buvettes (Art 717) p. 39
- 3.14 Télévisions (Art 718) p. 39

## **4. COUPE DE FRANCE** p. 40

- 4.1. Port des équipements (Article 4.3 du Règlement de la Coupe de France) p. 40
- 4.2. Couleurs des équipes (Article 7.1 du Règlement de la Coupe de France) p. 41
- 4.3. Ballons (Art 7.2 du Règlement de la Coupe de France) p. 41
- 4.4. Application de l'article 4.3 du règlement de la Coupe de France (annexe 1 du règlement de la coupe de France) p. 42

## **5. ACTIONS PUBLICITAIRES** p. 46

- 5.1. Actions publicitaires et Convention Collective National des Métiers du Football (CCNMF ancienne Chartes du football professionnel) p. 46
- 5.2. Paris en ligne p. 47

## **6. CLÉ DE RÉPARTITION DES PRODUITS DÉRIVÉS DE LA LFP** P. 51

## **7. UEFA CHAMPIONS LEAGUE 2011/2012 - ÉQUIPEMENTS** P. 52

## **8. UEFA EUROPA LEAGUE 2011/2012 - ÉQUIPEMENTS** P. 57

## **9. DONNÉES DISPONIBLES SUR INTERNET** p. 62

## **10. COORDONNÉES UCPF** p. 63

# OBJET DU GUIDE MARKETING

Le présent **Guide Marketing** a pour objet de regrouper les textes en vigueur en matière de marketing hors commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle qui font l'objet d'une réglementation spécifique appelée Règlement Intérieur Audiovisuel.

Sont ainsi regroupées dans le présent document les dispositions issues des textes suivants :

- > La Convention entre la Ligue de Football Professionnel (« LFP ») et la Fédération Française de Football (« FFF ») ;
- > Les Règlements de la LFP (articles 559, 574, 700 et suivants) ;
- > Le Règlement de la Coupe de France (articles 4.3 et 7.1 du Règlement de la Coupe de France) ;
- > Le Règlement de l'UEFA Champions League concernant l'équipement
- > Le Règlement de l'UEFA Europa League concernant l'équipement
- > La Convention Collective Nationale des Métiers du Football (article 280) ;
- > Les décisions du Conseil d'administration de la Ligue de Football Professionnel (décisions non codifiées dans les textes).

Les dispositions présentées dans ce guide sont susceptibles d'évolutions en cours de saison.

# 1. PRINCIPE GÉNÉRAL

## 1.1 Article 4 de la Convention entre la FFF et la LFP

« La publicité sur les équipements sportifs et sur les stades est autorisée dans les limites fixées par la législation et la réglementation en vigueur et dans le strict respect des impératifs liés aux conditions de jeu, au bon déroulement des rencontres et à leur environnement. La L.F.P. est compétente pour réglementer dans son secteur d'activités, sous le contrôle du Conseil Fédéral, la publicité sur les équipements sportifs et dans les stades. »

# 2. CHAMPIONNAT DE FRANCE

## 2.1 Les équipements (Art 559 et suivants du règlement de la LFP)

### 1. PRINCIPES GÉNÉRAUX

#### a) Champ d'application

L'utilisation, par les clubs, des jeux d'équipements sportifs doit s'effectuer en conformité avec le présent règlement, les règlements généraux de la FFF (Fédération Française de Football) et les dispositions de l'IFAB (International Football Association Board) concernant les lois du jeu.

La présente réglementation régit les conditions d'autorisation des équipements vestimentaires portés par les joueurs de champ, les gardiens de but ainsi que toute autre personne présente sur le terrain de jeu et la zone technique.

Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas aux chaussures de football.

L'utilisation de tout équipement non autorisé par le présent règlement est strictement interdite.

Les clubs sont tenus de respecter ces dispositions en matière d'équipement lors des rencontres du championnat de France de Ligue 1, Ligue 2 et Trophée des Champions. Lors des rencontres de la Coupe de la Ligue, ces dispositions s'appliquent étant entendu que les marquages publicitaires sont du ressort de la Ligue de Football Professionnel (LFP).

#### b) Principe élémentaire

En ce qui concerne le choix des couleurs, les jeux d'équipement portés sur le terrain de jeu sont soumis à l'autorité de l'arbitre, le jour du match, conformément aux Lois de l'IFAB (International Football Association Board).

### 2. JEU D'ÉQUIPEMENT

Un jeu d'équipement comprend un maillot, un short et/ou pantalon et des chaussettes.

Le jeu n°1 est utilisé uniquement pour les matches à domicile.

Les jeux n°2, 3 et 4 ne sont utilisés que pour les matches à l'extérieur.

Ainsi le jeu n°2 est prioritairement utilisé pour les équipes qui se déplacent.

Quant aux couleurs du jeu n°3, utilisé en deuxième choix pour les matches à l'extérieur, elles doivent être non seulement différentes de celles du jeu n°2 mais contrastées.

Le jeu n°4 est un troisième choix pour les matches à l'extérieur.

Toutefois si les combinaisons évoquées ci-dessus ne sont pas possibles ou à la demande du club, le jeu n°1 peut être utilisé aussi bien à domicile qu'à l'extérieur, si le contraste avec le jeu d'équipement de l'adversaire le permet.

Aucun élément (maillot, short et chaussettes) de la tenue portée par les joueurs de champ ne doit comporter plus de quatre (4) couleurs. Cette disposition ne s'applique pas aux couleurs utilisées pour les marquages officiels et publicitaires.

Si trois (3) couleurs ou davantage sont utilisées, l'une d'elles doit dominer nettement sur la surface de l'élément, les trois autres devant être perçues comme des couleurs secondaires.

Le pantalon thermogène, les collants et/ou les cuissards portés sous le short doivent être de la même couleur que la couleur principale du short.

Les tenues à manches longues portées sous un maillot à manche courte sont interdites.

Les sur-chaussettes (chaussettes courtes portées par dessus les chaussettes du jeu d'équipement) sont autorisées mais doivent être de couleur identique aux chaussettes du jeu d'équipement porté.

Conformément aux Lois de l'IFAB, les couleurs portées par le gardien (maillot, short ou pantalon, bas) doivent se distinguer nettement de celles portées par les joueurs de champ.

Si l'arbitre estime, le jour du match, que les couleurs des deux équipes pourraient prêter à confusion, l'équipe visiteuse doit modifier ses couleurs.

Pour parer à toute éventualité, et notamment à la demande de l'arbitre, le club recevant doit avoir à disposition, avant chaque match, un jeu d'équipement complet (maillot, short et chaussettes) numéroté de 1 à 18 pour les clubs de Ligue 1 et de 1 à 16 pour les clubs de Ligue 2, sans publicité, d'une couleur différente de la sienne, qu'il prêtera aux joueurs de l'équipe visiteuse, charge à cette dernière de le restituer dans les meilleurs délais.

### 3. APPROBATION DES ÉQUIPEMENTS

La Commission d'Organisation des Compétitions (COC) est responsable de l'approbation des équipements.

Pour le 15 juillet de chaque saison, chaque club de Ligue 1 et de Ligue 2 doit soumettre un assortiment complet de ses jeux d'équipements à l'approbation de la LFP. Pour cela, ils devront lui faire parvenir :

- > A l'attention de la COC, un équipement complet (maillot, short et chaussettes) pour l'ensemble des jeux de couleurs, comportant les marquages officiels et les publicités.
- > A l'attention du service marketing LFP, un visuel couleur par courrier ou voie électronique.

L'approbation de la COC, notamment quant au respect de la réglementation en matière de publicités, sera notifiée à chaque club et valable pour la saison.

Si les manches longues des maillots des joueurs de champ sont d'une couleur différente de la couleur dominante de celui-ci, ils devront être fournis à la COC pour approbation et prise de vue.

Des modifications de couleurs des jeux peuvent être apportées en cours de saison. L'assortiment complet du nouveau jeu devra être impérativement adressé à la COC dans un délai de 10 jours avant sa première utilisation.

Des modifications de publicités pourront être apportées en cours de saison. Tous les éléments nécessaires à leur validation (taille et emplacement) devront impérativement être adressés à la COC dans un délai de 10 jours avant leur première utilisation.

### 4. PROCÉDURE DES DÉSIGNATIONS DES ÉQUIPEMENTS

On entend par désignation des équipements, l'attribution, par match, des jeux d'équipements aux joueurs de champ et aux gardiens.

Les désignations des équipements sont réalisées par les clubs afin d'être soumises à la validation de la Direction Nationale de l'Arbitrage (DNA).

La COC assure le contrôle de ces désignations. Un module informatique de IsyFoot, contenant sous forme d'image tous les jeux d'équipements des clubs, permet de gérer ces désignations.

Toute validation de la DNA est notifiée aux clubs concernés et au délégué principal du match au plus tard trois (3) jours avant le jour du match. En cas de refus de validation, une nouvelle fiche de désignation doit être soumise à la DNA.

En l'absence de validation de désignation, les dispositions du point 1 s'appliquent.

Cette procédure de validation des désignations ne se substitue pas aux dispositions du point 1. Le jour du match, les jeux d'équipements de tous les joueurs des deux clubs en présence doivent être présentés à l'arbitre pour approbation.

### 5. MARQUAGES OFFICIELS

Les marquages officiels sont :

- > le badge LFP et/ou des Compétitions
- > le badge «Champion» pour le champion de France de Ligue 1

Les marquages officiels assurent l'identification et l'image des compétitions organisées par la LFP. Ils doivent être scrupuleusement respectés par les clubs de Ligue 1 et Ligue 2.

Le badge LFP et/ou des Compétitions ou «Champion» doit obligatoirement figurer sur la manche droite des maillots des joueurs. Celui-ci doit être apposé sur la face extérieure de la manche, à mi distance entre l'épaule et le coude. En aucun cas les identifications du fabricant (logo, emblème, sigle, nom) ne devront entraîner une modification du positionnement du badge officiel.

Pour des raisons de propriété industrielle et de droits d'exploitation, les marquages officiels sont exclusivement disponibles auprès de la société ITW Graphic France.

## 6. NUMÉROS ET NOMS

### a) Principes Généraux

La typographie des numéros et des noms des joueurs à utiliser est la propriété exclusive de la LFP. La LFP a concédé une autorisation de commercialisation auprès des clubs professionnels à différents fournisseurs dont la liste et les coordonnées sont disponibles auprès de la Direction Marketing et Médias de la LFP.

Les clubs sont strictement tenus de s'approvisionner exclusivement auprès de ces fournisseurs pour les noms et numéros destinés à l'usage de l'équipe professionnelle et du réseau de vente.

Le numéro et le nom du joueur doivent être bordurés (le choix de la couleur du centre du numéro et de celle de la bordure appartient à chaque club, étant entendu que ces couleurs doivent nettement contraster des couleurs du jeu d'équipe concerné).

Le logo LFP figure obligatoirement en bas et au centre de chaque numéro du maillot. Deux possibilités existent :

- > une bordure de couleur avec un logo LFP blanc,
- > la bordure et le logo LFP de la même couleur.

### b) Numéros

Un numéro doit figurer sur le dos du maillot. Ce numéro, centré et lisible doit mesurer 20 cm de hauteur.

Le ou les chiffres composant le numéro doivent être apposés dans une zone exempte de tout autre élément de design (exemple : rayures) et doit comporter si nécessaire un fond de couleur unie.

Un numéro doit également figurer sur le devant droit du short. Ce numéro doit mesurer 10 cm de hauteur.

Les joueurs susceptibles de jouer en équipe première se voient attribuer un numéro à l'année.

Chaque club de Ligue 1 et Ligue 2 doit établir la liste d'affectation des numéros sur Isyfoot 72 heures avant le début de la compétition.

Cette liste ne peut excéder 30 noms, le numéro 30 est donc le dernier de la liste qui peut être complétée et mise à jour à chaque mouvement dans le club.

Si un club justifie employer plus de 30 joueurs sous contrat professionnel, la commission peut accorder une dérogation à l'alinéa précédent.

Les numérotations fantaisistes sont interdites (exemple : 45 - 82).

Les numéros 1, 16 et 30 sont exclusivement et obligatoirement réservés aux gardiens de but. En dernier ressort, le numéro 40 peut être attribué.

Toutes les équipes doivent disposer d'un maillot numéroté 33, non attribué à un joueur et réservé aux remplacements de dernière heure.

Un annuaire est établi en début de saison et mis à la disposition des arbitres et délégués par la LFP.

### c) Noms

Le nom du joueur est obligatoire.

Le nom du joueur doit figurer au dos du maillot, au dessus du numéro. Sa composition doit suivre une légère courbure. Le cercle servant de base à cette courbure de texte doit avoir un diamètre de 160 cm.

Le nom du joueur doit correspondre au nom figurant sur la liste des joueurs. Les surnoms et les initiales sont interdits. Seuls les noms sous lesquels ils sont reconnus par leur fédération seront validés par la COC sur la base de documents officiels.

La hauteur réglementaire des lettres est de 7,5 cm.

## 7. IDENTIFICATION DU CLUB

Le club peut utiliser les types d'identification suivants sur les jeux d'équipements :

- > le logo ou emblème,
- > le nom,
- > la mascotte officielle,
- > le symbole officiel,
- > le drapeau national ou régional,
- > représentations liées au match.

Seule l'utilisation de ces six (6) types d'identification enregistrés en bonne et due forme est autorisée sur les jeux d'équipements. Ces types d'identification ne doivent présenter ni identification du fabricant, ni publicité des sponsors et ne doivent comporter aucun message commercial.

Le logo ou l'emblème du club peut figurer une seule fois sur le maillot, sur le short et sur chaque bas, sous forme imprimée, tissée ou cousue. La forme de l'emblème n'est soumise à aucune restriction. L'emblème du club doit respecter les dimensions et emplacements suivants :

- > **Maillot**: au maximum 100 cm<sup>2</sup> sur le devant du maillot, à la hauteur de la poitrine,
- > **Short**: au maximum 50 cm<sup>2</sup> sur le devant de la jambe gauche ou droite,
- > **Chaussettes**: au maximum 50 cm<sup>2</sup> sur chacune des chaussettes, à un emplacement librement choisi.

Le nom du club (ou une abréviation de celui-ci) peut figurer une seule fois à n'importe quel emplacement sur le devant du maillot, sur le dos du maillot, sur le short et sur chacune des chaussettes. Le graphisme peut être librement choisi et la hauteur des lettres ne doit pas dépasser 5 cm. Le nom du club peut figurer, de surcroît, une fois sur l'encolure du maillot, avec des caractères ne dépassant pas 2 cm de hauteur.

La mascotte officielle du club, le logo ou l'emblème ou le symbole officiel du club peuvent figurer une fois sur l'encolure du maillot, à la place du nom du club.

Le drapeau national ou régional (ou symbole national ou régional officiel) peut figurer sur le maillot, le short ou les chaussettes, dans les conditions suivantes :

- > **Maillot**: une fois sur le dos, au dessus du numéro, une fois sur le devant, à la hauteur de la poitrine, et une fois sur chacune des manches, sa surface ne devant pas dépasser 25 cm<sup>2</sup>.
- > **Short**: une fois sur le devant du short, sa surface ne devant pas dépasser 25 cm<sup>2</sup>.
- > **Chaussettes**: une fois sur chaque chaussette, sa surface ne devant pas dépasser 25 cm<sup>2</sup>.

Le drapeau national ou régional (ou symbole national ou régional officiel) ne doit présenter ni identification du fabricant, ni publicité de sponsors, ni éléments décoratifs, ni aucun autre élément.

Des informations liées au match comprenant la date de celui-ci, la ville où il sera joué et le nom ou le logo des équipes participantes peuvent être apposées sur le devant du maillot à hauteur de la poitrine, la surface ainsi exploitée ne devant pas excéder 70 cm<sup>2</sup>.

Le club peut incorporer au maillot et/ou au short l'un de ses types d'identification ou certaines parties de celui-ci, sous forme de motif en jacquard, d'impression ton sur ton ou par embossage. Il n'y a aucune limitation quant au nombre, à la taille et à l'emplacement du type choisi d'identification du club. Le motif en jacquard doit être intégré dans la couleur principale et/ou dans l'une des couleurs secondaires. Il ne doit ni dominer, ni contenir une couleur contrastante, ni nuire au caractère distinctif de la tenue.

## 8. IDENTIFICATION DU FABRICANT

Le fabricant peut utiliser sur l'équipement les cinq (5) types suivants de marques déposées :

- > le nom,
- > le logo (marque figurative),
- > la ligne de produits,
- > le logo figuratif (nom + logo),
- > le graphisme.

Les différents types d'identification du fabricant sont autorisés aux emplacements suivants et dans les dimensions suivantes :

- > **Maillot**: l'un des cinq (5) types d'identification du fabricant peut être utilisé une seule fois sur le maillot, sur la poitrine, avec une dimension maximale de 20 cm<sup>2</sup>.
- > **Short**: l'un des cinq types d'identification du fabricant peut être utilisé une seule fois à un emplacement librement choisi sur la jambe droite ou gauche, avec une dimension maximale de 20 cm<sup>2</sup>.
- > **Chaussettes**: l'un des cinq types d'identification du fabricant peut être utilisé une ou deux fois, placé horizontalement entre la cheville et le bord supérieur de chaque chaussette, avec une dimension maximale totale de 20 cm<sup>2</sup> par bas.

De surcroît, un logo peut être utilisé par le fabricant une fois ou de manière répétitive sur une bande d'une largeur maximale de 8 cm, placée comme suit :

- > **Maillot**: centrée sur le bord inférieur de la manche, ou centrée le long de la couture extérieure de chaque manche, ou centrée le long de la couture extérieure du maillot (entre l'emmanchure et le bas du maillot).
- > **Short**: sur le bord inférieur du short, ou centrée le long de la couture extérieure du short.
- > **Chaussettes**: horizontalement sur le bord supérieur de chaque chaussette.

Chaque logo qui figure une fois ou de façon répétitive sur une bande ne doit pas dépasser la largeur de la bande sur le maillot, le short et les chaussettes.

En plus de l'identification du club, le fabricant peut incorporer au maillot et/ou au short, sous forme de motif en jacquard, l'un de ses types d'identification. Le type d'identification choisi ne doit pas dépasser 20 cm<sup>2</sup>. Il n'y a aucune limitation quant au nombre et à l'emplacement du type choisi d'identification du fabricant. Le motif en jacquard doit être intégré dans la couleur principale et/ou dans l'une des couleurs secondaires. Il ne doit ni dominer, ni nuire au caractère distinctif de l'équipement.

Un label de qualité du fabricant peut figurer une fois sur le côté droit ou gauche du devant ou du dos du maillot et du short. Il ne doit cependant pas dépasser 10 cm<sup>2</sup>.

## 9. PUBLICITÉS

### a) Restrictions

Toute publicité illégale (tabac, alcool...) ainsi que tout slogan à caractère racial, politique, religieux ou contraire aux bonnes mœurs et à l'éthique sont interdits.

Les publicités ne doivent pas, d'une manière générale, avoir d'effets gênants pour les joueurs, arbitres et spectateurs.

Aucune publicité ne doit figurer sur les emplacements suivants :

- > col et manche droite du maillot,
- > jambe droite et dos du short,
- > tout emplacement des chaussettes et des collants.

### b) Utilisation de la publicité sur les équipements :

Les joueurs d'une même équipe (y compris le gardien de but) doivent, au cours d'une même rencontre, porter simultanément les mêmes publicités.

Tout changement concernant le contenu de la publicité est considéré comme un changement de sponsor, même si le sponsor reste le même. La procédure prévue au point 3 concernant la validation de ces changements s'applique alors.

### c) Emplacements et tailles des publicités valables pour la Ligue 1 et la Coupe de la Ligue :

Un jeu d'équipement ne peut comporter au total qu'un maximum de six (6) publicités différentes. Tout élément figurant sur le maillot n'étant ni un marquage officiel, ni un des éléments d'identification du club ou du fabricant, est considéré comme étant de la publicité. La surface maximale totale allouée aux publicités sur un jeu d'équipement est de 1 250 cm<sup>2</sup>.

Sur le devant du maillot, trois (3) publicités sont autorisées. La surface maximale totale allouée aux publicités sur le devant du maillot est de 750 cm<sup>2</sup>. La surface maximale allouée à une publicité est de 600 cm<sup>2</sup>.

Au dos du maillot, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, au-dessous du numéro, pour une surface maximale de 300 cm<sup>2</sup>.

Sur la manche gauche du maillot, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm<sup>2</sup>.

Sur le short gauche, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm<sup>2</sup>.

Tout aplat de couleur est interdit pour une publicité de plus de 100 cm<sup>2</sup> sur le devant du maillot et de plus de 200 cm<sup>2</sup> sur le dos du maillot. Toute publicité présente sur les équipements doit comporter un maximum de trois (3) couleurs.

### d) Emplacements et Taille des publicités, valables pour la Ligue 2 :

Un jeu d'équipement ne peut comporter au total qu'un maximum de six (6) publicités différentes, complété d'une (1) éventuelle publicité de collectivité territoriale. Tout élément figurant sur le maillot n'étant ni un marquage officiel, ni un des éléments d'identification du club ou du fabricant, est considéré comme étant de la publicité. La surface maximale totale allouée aux publicités est de 1 400 cm<sup>2</sup>.

Sur le devant du maillot, trois (3) publicités complétées d'une (1) éventuelle publicité de collectivité territoriale, sont autorisées. La surface maximale totale allouée aux publicités sur le devant du maillot est de 850 cm<sup>2</sup>. La surface maximale allouée à une publicité est de 600 cm<sup>2</sup>.

Au dos du maillot, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, au-dessous du numéro, pour une surface maximale de 350 cm<sup>2</sup>.

Sur la manche gauche du maillot, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm<sup>2</sup>.

Sur le short gauche, une (1) publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm<sup>2</sup>.

Tout aplats de couleur est interdit pour une publicité de plus de 200 cm<sup>2</sup>, sur le devant comme sur le dos du maillot. Toute publicité présente sur les équipements ne doit comporter plus de trois (3) couleurs.

## 10. ÉQUIPEMENT DES ARBITRES

Le règlement de l'équipement de la FFF s'applique par analogie à l'équipement porté par l'équipe arbitrale.

Une publicité est autorisée sur les maillots portés par l'équipe arbitrale.

Le badge LFP figure sur la manche droite du maillot de l'équipe arbitrale.

## 11. ÉQUIPEMENT SPÉCIAL UTILISÉ SUR LE TERRAIN DE JEU

Le capitaine de chaque équipe doit porter au bras gauche un **brassard** apparent de couleur unie. Ce brassard ne doit comporter ni publicité, ni identification du fabricant, ni élément de design, ni aucun autre élément, à l'exception de l'inscription « capitaine », d'une abréviation de celle-ci et/ou de l'emblème du club et/ou du logo de la compétition.

La publicité de même que tout message de nature politique, personnel ou autre, est interdite sur l'équipement spécial utilisé sur le terrain de jeu.

Un type d'identification du fabricant peut figurer une fois sur chacun des **gants du gardien**. Le nom du gardien peut en outre figurer sur les gants.

Un seul type d'identification du fabricant peut figurer sur la **casquette du gardien**, sans dépasser 20 cm<sup>2</sup>. L'identification du club peut figurer sur la casquette du gardien, sans dépasser 50 cm<sup>2</sup>.

Un seul type d'identification du fabricant est autorisé sur le pantalon thermogène ou les cuissards, à un emplacement librement choisi de la jambe droite ou gauche, sans dépasser 20 cm<sup>2</sup>.

Un seul type d'identification du fabricant est autorisé sur les bracelets en tissu éponge, les bandeaux, les gants (hors gardien) et les foulards. Le type d'identification choisi ne doit pas dépasser 20 cm<sup>2</sup> sur chacun de ces articles.

L'identification du club peut figurer une fois sur le T-Shirt porté sous le maillot, conformément au point 7.

Le fabricant peut apposer jusqu'à deux (2) de ses identifications sur le T-Shirt porté sous le maillot, une sur le devant et une sur le dos, en dehors de l'encolure. Le type d'identification choisi ne doit pas dépasser 20 cm<sup>2</sup>.

Aucune identification n'est autorisée sur les « sur-chaussettes ».

## 12. ÉQUIPEMENT SPÉCIAL UTILISÉ DANS LA SURFACE TECHNIQUE

Pour les matches comptant pour le championnat de Ligue 1 et Ligue 2, la publicité est autorisée sur l'équipement porté par les joueurs remplaçants, les officiels de la surface technique et les accompagnateurs de joueurs, dans les conditions définies aux points 9.c et 9.d. Les sponsors devront être les mêmes que ceux présents sur les équipements de jeu.

En ce qui concerne les chasubles utilisées pour l'échauffement, le fabricant peut utiliser un de ses types d'identification, une fois sur le devant et une fois sur le dos, avec une surface maximale de 50 cm<sup>2</sup>.

En outre, deux (2) publicités sont autorisées sur chaque face des chasubles utilisées pour l'échauffement, sans que la surface totale de ces publicités ne dépasse 500 cm<sup>2</sup> sur chaque face. Les couleurs du fond de l'identification du fabricant et des publicités doivent être identiques au fond de couleur des chasubles, sans utiliser d'aplats de couleur.

### 13. AUTRES ACTEURS

Les dispositions de ce chapitre sont valables pour les matches des championnats de Ligue 1 et 2. Pour les matches de la Coupe de la Ligue, les dispositions en la matière font l'objet d'une réglementation spécifique.

Une seule publicité est autorisée sur l'équipement porté par les ramasseurs de balles. La couleur des équipements portés par les ramasseurs de balles doit être différente des couleurs portées par les deux équipes en présence.

La publicité est autorisée sur l'équipement porté par les accompagnateurs de joueurs, dans les conditions définies aux points 9.3 et 9.4. Les identifications du club et du fabricant peuvent en outre être utilisées sur ces équipements.

La publicité de sponsor est interdite sur l'équipement porté par les porteurs de drapeau. La LFP est habilitée à faire figurer sa marque et/ou les marques de ses compétitions et/ou la marque d'un associé commercial de la compétition sur l'équipement porté par les porteurs de drapeau.

### 14. PROCÉDURES DE CONTRÔLE ET SANCTIONS

La LFP est chargée, pour chacune des compétitions la concernant, du contrôle des dispositions ainsi que de l'application des sanctions prévues en cas de non respect de ces dispositions.

Les délégués de la LFP sont chargés de vérifier sur le lieu du match que le présent règlement est respecté. Ils peuvent effectuer des contrôles inopinés avant le match et peuvent même, après le match, confisquer des articles d'équipement sujets à caution contre remise d'un reçu. Ils soumettront ces articles à la COC pour réexamen. Les délégués de la LFP rendront compte de tout incident aux commissions compétentes de la LFP, lesquelles prendront alors les mesures appropriées.

Toute infraction au présent règlement entraînera automatiquement, et cela jusqu'à régularisation, l'interdiction du port des équipements en cause. Cette interdiction sera assortie d'une amende fixée, selon le degré de gravité de l'infraction initiale, de 15 000 euros maximum par infraction pour les compétitions de la LFP.

En cas de non respect de l'interdiction (récidive) du port des équipements qui aura été ainsi notifiée, une amende, d'un montant identique à celle infligée en raison de l'infraction initiale, sera applicable, pour chacun des matches où l'infraction sera renouvelée.

L'application de mesures administratives ainsi que les cas non prévus sont du ressort de la COC.

## 2.2 Le ballon du championnat (Art 574 du règlement de la LFP)

Les ballons sont fournis par le club visité ; ils doivent avoir le poids et la circonférence réglementaires.

Les clubs doivent de plus, en cas de besoin, tenir à la disposition de l'arbitre des ballons de couleurs différentes présentant une meilleure visibilité.

La violation de la disposition ci-dessus est passible d'une amende.

Depuis la saison 2009/2010, en vue de garantir l'équité sportive au sein de chaque compétition et d'améliorer la qualité du jeu, la Ligue de Football Professionnel dote les clubs participant aux championnats de Ligue 1 et 2 d'un volume de ballons qu'elle aura préalablement choisi.

Pour chaque match le club visité devra tenir à la disposition de l'arbitre les ballons fournis par la Ligue de Football Professionnel.

Tous les clubs seront tenus de s'échauffer et de disputer les matches avec les ballons fournis par la Ligue de Football Professionnel.

## 2.3 Publicité dans les stades des championnats de France de Ligue 1 et de Ligue 2 et Trophée des Champions

### 2.3.1. Principe (art 4 convention FFF/LFP)

La publicité sur les équipements sportifs et sur les stades est autorisée dans les limites fixées par la législation et la réglementation en vigueur et dans le strict respect des impératifs liés aux conditions de jeu, au bon déroulement des rencontres et à leur environnement.

La LFP est compétente pour régler dans son secteur d'activités, sous le contrôle du Conseil Fédéral, la publicité sur les équipements sportifs et dans les stades.

### 2.3.2. Panneaux publicitaires

(art 2.2.4 du règlement des terrains et des installations sportives de la FFF)

Lorsque la configuration du stade le permet, des panneaux publicitaires peuvent être installés dans les zones libres au-delà des zones de dégagements (cf article 1.2.7 du présent règlement) en périphérie de l'aire de jeu.

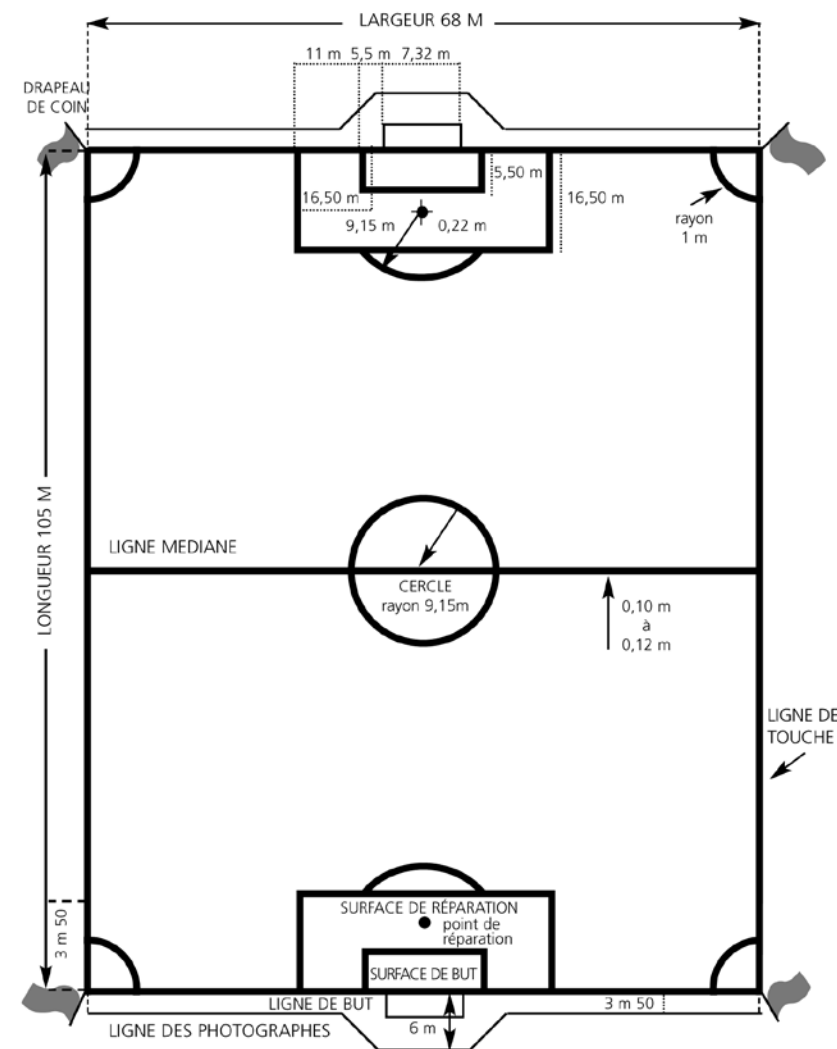
Leur forme, leurs matériaux, et leur installation doivent être conçus pour ne présenter aucun risque pour les joueurs ou le public.

En conséquence, ils ne doivent pas présenter d'arêtes ou des parties saillantes, ni obstruer ou gêner les issues d'évacuation vers l'aire de jeu. En outre, ils ne doivent être constitués de matériaux susceptibles de réfléchir la lumière au point de distraire l'attention des joueurs, des arbitres et des spectateurs.

Les panneaux tournants ne doivent pas présenter de risques pour les acteurs du match ou pour le public (notamment risque électrique).

Les règles techniques de sécurité à respecter sont les suivantes pour tous types de panneaux :

- > hauteur maximale : 90 cm au dessus du niveau du sol.
- > distance minimale des lignes de touche : 5m
- > distance minimale des lignes de but : 3,50 m et 6 m des montants de but.



# 3. COUPE DE LA LIGUE

Les articles entre parenthèses sont les articles du Règlement de la LFP

## 3.1 Dispositions et organisation générales (Art 700 et 701)

En dehors des dispositions particulières applicables à cette compétition, les Règlements Généraux de la Fédération Française de Football (FFF) et le règlement des Championnats de Football Professionnel s'appliquent.

Les cas non prévus seront tranchés par la Commission des Compétitions de la LFP.

La Ligue de Football Professionnel organise pendant la saison une compétition intitulée "COUPE DE LA LIGUE".

La Coupe de la Ligue est exclusivement ouverte aux clubs professionnels engagés en Ligue 1 et Ligue 2 pour la saison en cours, ainsi qu'aux clubs de Championnat National ayant conservé le statut professionnel.

Le club vainqueur sera qualifié pour l'Europa League de la saison sportive suivant celle de sa victoire. Si le club vainqueur de la Coupe de la Ligue est qualifié à l'issue de la même saison sportive pour une compétition européenne, c'est au club le mieux classé en Ligue 1 et non qualifié pour une compétition européenne que sera attribuée la place qualificative pour l'Europa League.

La Coupe de la Ligue est dotée d'un trophée dont le club vainqueur aura la responsabilité et la garde pendant la saison qui suit sa victoire.

## 3.2 Calendrier (Art 702)

Le calendrier général de la Coupe de la Ligue, ainsi que le lieu de la finale, font l'objet d'une décision prise par le Conseil d'Administration de la Ligue de Football Professionnel.

La Commission des Compétitions est chargée de la mise en œuvre du calendrier et notamment des aménagements nécessaires pour les matches télévisés.

## 3.3 Système de la compétition (Art 703)

La Coupe de la Ligue est une épreuve par élimination directe. A l'issue du match un club est qualifié et l'autre est éliminé.

La Coupe de la Ligue se déroule en 7 tours. Un tour supplémentaire (dénommé Tour Préliminaire) sera éventuellement joué en fonction du nombre de clubs de National engagés dans la compétition.

Les six (6) clubs français qualifiés pour une compétition européenne, qu'ils participent au championnat de Ligue 1 ou à celui de Ligue 2, entrent directement en 8<sup>e</sup> de Finale.

### 1. TOUR PRÉLIMINAIRE, 1<sup>ER</sup> TOUR ET 2<sup>E</sup> TOUR

Ces tours de compétition concernent l'ensemble des clubs de National ayant conservé le statut professionnel et l'ensemble des clubs de Ligue 2, sauf en cas de qualification européenne pour un ou deux d'entre eux.

Il est de la compétence de la Commission des Compétitions de la LFP de définir pour chaque saison le format exact de chacun de ces tours de qualification, en fonction du nombre de Clubs de National inscrits, ainsi que d'une éventuelle qualification d'un club de Ligue 2 pour une compétition européenne.

Les rencontres susvisées sont déterminées à chaque tour par un tirage au sort intégral, et se déroulent sur le terrain du premier club tiré au sort.

### 2. 16<sup>E</sup> DE FINALE

Six (6) clubs entrant directement en 8<sup>e</sup> de Finale, les 16<sup>e</sup> de Finale doivent donc permettre de qualifier dix (10) clubs par le biais de dix (10) rencontres.

> Dans le cas où les six (6) clubs européens sont des clubs de Ligue 1, les 16<sup>e</sup> de Finale réuniront les quatorze (14) autres clubs de Ligue 1 non qualifiés pour une compétition européenne, et (six) 6 clubs de National ou de Ligue 2 issus des tours précédents.

- > Dans le cas où les six (6) clubs européens sont un (1) club de Ligue 2 et cinq (5) clubs de Ligue 1, les 16<sup>e</sup> de Finale réuniront les quinze (15) autres clubs de Ligue 1 non qualifiés pour une compétition européenne, et cinq (5) clubs de National ou de Ligue 2 issus des tours précédents.
- > Dans le cas où les six (6) clubs européens sont deux (2) clubs de Ligue 2 et quatre (4) clubs de Ligue 1, les 16<sup>e</sup> de Finale réuniront les seize (16) autres clubs de Ligue 1 non qualifiés pour une compétition européenne, et quatre (4) clubs de National ou de Ligue 2 issus des tours précédents.

Les rencontres susvisées sont déterminées à chaque tour par un tirage au sort intégral, et se déroulent sur le terrain du premier club tiré au sort.

### 3. ORGANISATION DES 8<sup>e</sup> DE FINALE A LA FINALE

Les 8<sup>e</sup> de Finale réunissent seize (16) clubs, soit dix (10) clubs qualifiés à l'issue des 16<sup>e</sup> de Finale et six (6) clubs qui en sont exemptés.

Les Quarts de Finale réunissent les clubs qualifiés à l'issue des 8<sup>e</sup> de Finale et ainsi de suite jusqu'à la Finale.

Les quatre (4) premiers clubs de Ligue 1 au classement de la saison précédente bénéficient d'un statut de tête de série pour les 8<sup>e</sup> de finale, ainsi que pour les Quarts de Finale s'ils sont encore en lice.

Ce statut de tête de série leur garantit uniquement de ne pas pouvoir se rencontrer en 8<sup>e</sup> de Finale, et en Quart de Finale.

En dehors de cet aménagement concernant les têtes de série, l'ensemble des tours font l'objet d'un tirage au sort intégral, désignant notamment le terrain du premier tiré comme étant le lieu de chaque rencontre.

### 3.4 Déroulement des matches (Art 704)

Le coup d'envoi des rencontres est fixé à 20 H 00, sauf aménagement spécifique de la commission des compétitions, notamment, pour les matches télévisés.

En cas d'égalité à la fin du temps réglementaire, les clubs concernés jouent une prolongation de deux mi-temps de 15 minutes chacune. Si l'égalité subsiste à l'issue de la prolongation, les deux clubs doivent se départager par l'épreuve des coups de pied au but.

En cas de report d'une rencontre pour intempéries ou cas de force majeure, l'article 337 du règlement des compétitions de la LFP sera appliqué. Cette disposition s'applique pour les matches prévus le dimanche.

Lorsqu'un club ne peut mettre son terrain à la disposition de la commission des compétitions à la suite d'une sanction sportive ou disciplinaire ou pour des raisons d'impraticabilité, le match se déroulera sur le terrain adverse.

En cas d'indisponibilité du terrain adverse pour des raisons identiques, le match se déroulera sur un terrain neutre désigné par la commission des compétitions, dans le respect de l'article 503 du présent règlement.

Lorsque la rencontre se dispute sur le terrain adverse, pour des raisons disciplinaires ou sportives, le club qui devait recevoir initialement la rencontre, purge son match de suspension.

Lorsque la rencontre se dispute sur terrain neutre, pour des raisons disciplinaires ou sportives, seul le club qui devait recevoir initialement la rencontre, purge son match de suspension.

Les clubs qualifiés devront se soumettre à l'environnement protocolaire défini par la commission des compétitions voire le Conseil d'Administration pour la finale.

### 3.5 Qualification et participation des joueurs (Art 705 et 706)

#### (Art 705)

Le nombre de joueurs pouvant être portés sur la feuille de match sera limité à dix huit (18) à compter des 16<sup>e</sup> de finale.

Il sera de seize (16) pour le Tour Préliminaire éventuel et pour le 1<sup>er</sup> et le 2<sup>e</sup> Tour.

Les joueurs participant aux rencontres de Coupe de la Ligue doivent être qualifiés en conformité avec les règlements et statuts qui les régissent.

Les infractions aux règles de qualification et de participation, seront sanctionnées par le retrait total ou partiel de l'allocation prévue au règlement financier et, éventuellement, par la mise hors compétition du club fautif qui serait alors remplacé par son dernier adversaire battu.

**(Art 706)**

Durant la Coupe de la Ligue, les clubs sont tenus, sauf cas de force majeure, de faire figurer sur la feuille de match au moins sept joueurs ayant pris part à l'une des deux dernières rencontres officielles disputées par son équipe première. En cas de non-respect de cette modalité, le club responsable fait l'objet des sanctions suivantes :

- > Match perdu
- > exclusion éventuelle de l'épreuve la saison suivante
- > consignation des parts de recette et du bénéfice des répartitions provenant des contrats publicitaires et de télévision.

**3.6 Discipline (Art 707)**

Les sanctions disciplinaires prises à l'encontre des clubs, joueurs, entraîneurs ou dirigeants, lors des matches de Ligue 1, Ligue 2, National et Coupe de France sont purgées à l'occasion des matches de la Coupe de la Ligue.

**3.7 Ballons multiples et ramasseurs de balles (Art 709)**

Le dispositif "ballons multiples" s'applique à tous les matches de la compétition.

- > L'arbitre est responsable du contrôle des ballons.
- > Un ballon est réservé à l'arbitre.
- > Deux ballons sont à la disposition du quatrième officiel ou du délégué.
- > Dix (10) ramasseurs de balles recevront un ballon chacun.
- > La LFP pourra assurer la sélection des ramasseurs de balle. Dans le cas contraire, ils seront sélectionnés par les clubs visités.
- > La LFP pourra prendre en charge la mise à disposition de leur tenue vestimentaire. Dans le cas contraire, elle sera assurée par les clubs visités.
- > Leur accueil est assuré par les clubs. Leur mission est sous la responsabilité d'un des délégués de la LFP.
- > Chaque fois que le ballon sera joué hors du terrain de jeu, le ramasseur le plus proche du joueur exigeant le ballon devra donner celui qu'il a dans ses mains.
- > Les ramasseurs de balles doivent se concentrer sur le jeu afin de ne pas lancer trop rapidement le ballon au joueur le demandant et éviter ainsi que deux ballons soient sur le terrain de jeu en même temps.
- > Le ramasseur de balles doit immédiatement récupérer le ballon ayant été joué hors du terrain de jeu.

- > Les ramasseurs de balles doivent rester derrière les panneaux publicitaires sans toutefois gêner la vue des spectateurs (position accroupie).
- > En règle générale, les ramasseurs de balles ne doivent pas lancer le ballon si celui qui servait au jeu se trouve entre la ligne de touche et les panneaux publicitaires. Ils ne peuvent lancer un ballon au joueur le plus proche que s'ils ont la possibilité de le faire sans devoir passer par-dessus les panneaux publicitaires.
- > Un espace adéquat doit être laissé entre les panneaux publicitaires dans chacun des quatre coins, afin de permettre aux ramasseurs de balles de récupérer le ballon qui se trouve en jeu, de faciliter les déplacements et de permettre l'exécution des coups de pied de coin.

**3.8 Dispositions financières (Art 710)**

Le montant des allocations financières versées par la Ligue de Football Professionnel aux clubs est arrêté chaque saison par le Conseil d'administration avant le début de la phase finale de la compétition.

Les conditions financières d'organisation de la finale de la compétition sont déterminées par le Conseil d'administration.

Les frais des officiels (arbitres et délégués) sont pris en charge par la LFP selon les barèmes en vigueur.

Les frais de déplacement versés par la LFP aux clubs visiteurs sont prévus selon les modalités suivantes :

- > une somme forfaitaire de 12 200 € pour chaque match joué à l'extérieur,
- > cette somme est portée à 16 800 € pour les trajets entre le continent et la Corse.

En vertu de l'article 505 du présent règlement, les conditions financières des matchs se déroulant sur terrain neutre seront déterminées par la Commission des Compétitions.

En cas de match remis, à rejouer ou interrompu, les dispositions financières prévues aux articles 376, 377, 380 et 381 du règlement des championnats de football professionnel de Ligue 1 et Ligue 2 s'appliquent.

### 3.9 Organisation de la billetterie des matches qualificatifs (Art 711)

Le présent article concerne les matches qualificatifs de la compétition pour lesquels les clubs gèrent la billetterie.

La Finale étant gérée par la Ligue de Football Professionnel, les modalités de gestion de la billetterie sont définies par la Ligue de Football Professionnel et communiquées aux clubs finalistes pour être mises en œuvre.

#### TARIFS

Les clubs sont tenus de transmettre à la commission d'organisation des compétitions, les tarifs des matches y compris les réductions et les besoins en invitations.

#### SUPPORTS DE BILLETTERIE

Le support papier de la billetterie est fourni par la LFP aux clubs qualifiés visités.

Aucune dénomination commerciale des tribunes du stade n'est autorisée sur les billets édités.

Tout autre support matériel de billetterie doit obligatoirement respecter la charte graphique « Coupe de la Ligue » et mettre exclusivement en avant les logos des partenaires officiels de la compétition. Ces éléments sont disponibles sur simple demande auprès de la Direction Marketing de la LFP.

#### PARTAGE DE LA RECETTE

La recette de chaque match, déduction faite de la taxe sur les spectacles et des 10 % revenant à la LFP, sera partagée entre les deux clubs : 75 % pour le club visité et 25 % pour le club visiteur.

#### FEUILLE DE RECETTE HORS FINALE

Concernant les modalités d'établissement de la feuille de recette et sa mise à disposition de la LFP, les dispositions de l'article 371 du règlement des compétitions s'appliquent.

#### INVITATIONS

Le quota d'invitations délivré sur un match de la Coupe de la Ligue par le club visité ne peut excéder 10 % de la capacité totale du stade sans autorisation de la commission d'organisation des compétitions.

#### INVITATIONS "OFFICIELS"

Les dispositions de l'article 366 du règlement des compétitions s'appliquent.

#### INVITATIONS LFP

Sur les matches des tours qualificatifs de la Coupe de la Ligue, le club visité met à la disposition de la Ligue de Football Professionnel un contingent de 60 invitations.

Concernant les modalités de gestion de ces places, les dispositions de l'article 367 du règlement des compétitions s'appliquent.

#### CLUBS VISITEURS : INVITATIONS ET PLACES PAYANTES HORS SECTEUR VISITEUR

Le club visité met à disposition du club visiteur 80 invitations groupées en un seul bloc auxquelles s'ajoutent 10 invitations situées en tribune officielle.

De plus, un minimum de 100 places payantes de première catégorie est réservé au club visiteur.

Concernant les modalités de réservation de ces places, les dispositions de l'article 368 du règlement des compétitions s'appliquent.

#### INVITATIONS PARTENAIRES

Les invitations destinées aux partenaires devront leur parvenir au moins dix (10) jours ouvrés avant la date du match sur la base de quotas fournis par la LFP au moins quinze jours ouvrés avant la date du match et n'excédant pas 2 000 places.

Dans le cas où ces invitations ne pourraient pas parvenir aux partenaires dans ce délai ou dans le cadre d'opérations de communication de dernière minute effectuées avec un partenaire, les clubs ouvriront un guichet le jour du match afin de permettre la délivrance de ces invitations.

Ces invitations doivent être situées dans les meilleures catégories du stade dans un secteur situé entre les deux lignes des 16 mètres.

Par ailleurs, les dispositions de l'article 366 des règlements des compétitions s'appliquent.

#### PLACES PAYANTES POUR LES PARTENAIRES

Par ailleurs, afin de satisfaire les besoins supplémentaires des partenaires, les clubs visités seront tenus de mettre à la disposition de la LFP un quota maximum de 1 500 billets payants, situés dans les meilleures catégories du stade dans un secteur compris entre les deux lignes des 16 mètres, dont le prix sera inférieur au minimum de 20 % au prix public. La LFP informera les clubs au plus tard dix (10) jours avant les matches du quota de billets achetés par les partenaires, l'éventuel reliquat redevenant alors disponible à la commercialisation par les clubs.

#### ESPACE DE RÉCEPTION PRIVATIF

Afin de permettre aux partenaires d'organiser des opérations de relations publiques à l'occasion des matches, les clubs visités seront tenus de mettre à la disposition de la LFP un espace de réception privatif dans l'enceinte du stade pouvant accueillir un minimum de 100 personnes. La LFP informera le club, au plus tard dix (10) jours avant le match, de l'utilisation effective de cet espace qui, le cas échéant, sera disponible pour le club.

#### PERSONNES A MOBILITÉ RÉDUITE

La Ligue de Football Professionnel rappelle qu'une priorité d'accès aux places doit être accordée aux personnes titulaires d'une carte d'invalidité permanente et d'une carte portant la mention "priorité pour personne handicapée" et à leur accompagnateur. Elle recommande, en outre, que des gratuités ou tarifs réduits leur soient appliqués sur présentation d'un justificatif d'invalidité.

### 3.10 Feuille d'arbitrage et réserves (Art 712)

Toute réclamation est soumise aux dispositions des articles 575 et suivants du Règlement des compétitions.

### 3.11 Sponsoring et publicité (Art 713)

#### ÉQUIPEMENTS PORTÉS PAR LES JOUEURS (Art 713)

De manière générale, les dispositions du Titre 3 du Règlement des compétitions de la LFP s'appliquent.

#### LES ÉCHAUFFEMENTS

Durant les échauffements d'avant - match et des matches (pour les joueurs

remplaçants), tous les joueurs sont tenus de revêtir les chasubles fournies par la Ligue de Football Professionnel.

A l'issue de la rencontre, chaque club doit apporter au délégué principal son quota de chasubles (23 par club) afin qu'elles soient comptabilisées. Toute absence sera notifiée sur la feuille de match.

A l'issue de cette vérification, la totalité des chasubles sera rendue à un responsable du club visité.

#### LES MATCHS

Les équipements portés par les joueurs de champ et les gardiens de but des clubs participant à la Coupe de la Ligue (maillots, shorts, chaussettes) peuvent comporter les marquages suivants :

- > identification du fabricant
- > identification du club
- > nom du joueur
- > numéro à l'année du joueur
- > publicité d'un sponsor unique du club sur le maillot du joueur, dans les conditions définies ci-dessous
- > publicité de partenaires officiels de la Coupe de la Ligue sur le short ou sur le maillot dans les conditions définies ci-dessous.

#### PUBLICITÉ DU SPONSOR DU CLUB SUR LES ÉQUIPEMENTS

Le club ne peut utiliser qu'un seul sponsor préalablement approuvé par la Commission des Compétitions.

Le sponsor du club ne peut être issu des catégories suivantes, réservées en exclusivité pour les partenaires de la compétition :

- > « Téléphonie »
- > « Fournisseur d'accès internet »
- > « Service audiovisuel »
- > « Service de radiodiffusion »
- > « Distribution de matériaux de construction et de produits de bricolage »
- > « Fabricant de produits électro-ménagers »
- > « Distribution de produits image son "multimédia et ménagers" »

Le choix du sponsor d'un club est par ailleurs libre. Par conséquent, il peut être concurrent du sponsor d'un autre club, ou d'un sponsor de la compétition qui appartient à une catégorie différente de celles listées ci-dessus.

Les clubs doivent déclarer à la Commission des Compétitions le choix de leur sponsor de maillot, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou tout autre moyen permettant de faire la preuve de sa réception avant leur entrée en lice, selon le calendrier suivant :

- > Clubs de National et de Ligue 2 non qualifiés pour une compétition européenne : au minimum 10 jours ouvrables avant le premier match du club
- > Clubs de Ligue 1 non qualifiés pour une compétition européenne : au minimum 10 jours ouvrables avant le premier match de 16<sup>e</sup> de Finale.
- > Clubs de Ligue 1 qualifiés pour une compétition européenne : au minimum 10 jours ouvrables avant le premier match de 8<sup>e</sup> de Finale.

Dans le cas où un club ne serait pas en mesure de présenter un sponsor de maillot à l'occasion d'un tour de Coupe de la Ligue, la LFP se réserve le droit d'utiliser l'espace laissé libre pour y appliquer la publicité de l'un des sponsors de la compétition.

La publicité doit être placée sur le devant du maillot, d'un côté à l'autre, au milieu du torse.

La surface totale allouée à la publicité du sponsor ne doit pas dépasser 600 cm<sup>2</sup>.

La forme de la publicité du sponsor n'est soumise à aucune restriction.

Le graphisme et la couleur des caractères peuvent être choisis librement. Toutefois tout aplat de couleur de plus de 100 cm<sup>2</sup> est interdit pour la publicité du sponsor.

Aucune publicité de sponsor ne doit figurer sur les articles ne faisant pas partie de la tenue du joueur (maillot, short, chaussettes) qui sont portés par les joueurs ou les officiels du club. L'identification du fabricant est autorisée conformément au Titre 3 du Règlement des Compétitions de la LFP.

### PUBLICITÉ DES SPONSORS DE LA COMPÉTITION SUR LES ÉQUIPEMENTS

La LFP peut utiliser un ou plusieurs sponsors de la compétition sur les équipements des joueurs aux emplacements énumérés ci-après :

- > dos du maillot
- > manche gauche du maillot
- > jambe gauche du short.

La LFP communiquera les sponsors de la compétition amenés à figurer sur les équipements des clubs participant à un tour, au minimum 10 jours ouvrables avant le premier match de ce tour.

Un emplacement non exploité en début de compétition peut le devenir en cours

de saison dans le cas où un nouveau sponsor devient partenaire de la compétition ou souhaite étendre le champ de son partenariat.

Au dos du maillot : une publicité d'un sponsor unique est autorisée, au dessous du numéro, pour une surface maximale de 300 cm<sup>2</sup>.

Sur la manche gauche du maillot, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm<sup>2</sup>.

Sur la jambe gauche du short, une publicité d'un sponsor unique est autorisée, pour une surface maximale de 100 cm<sup>2</sup>.

La forme des publicités des sponsors n'est soumise à aucune restriction.

Les graphismes et les couleurs des caractères peuvent être choisis librement et peuvent comporter un élément graphique. Toutefois tout aplat de couleur de plus de 100 cm<sup>2</sup> sur le short ou la manche du maillot et de plus de 200 cm<sup>2</sup> sur le dos du maillot est interdit pour la publicité des sponsors.

Aucune publicité de sponsor ne doit figurer sur les articles ne faisant pas partie de la tenue du joueur (maillot, short, chaussettes) qui sont portés par les joueurs ou les officiels du club. L'identification du fabricant est autorisée conformément à l'article 316 du Règlement des Compétitions de la LFP.

### PROCÉDURE DE FLOCAGE DES ÉQUIPEMENTS

Les couleurs portées par les équipes sont définies par la L.F.P et transmises aux clubs, après chaque tirage au sort, et conformément au règlement appliqué en Championnats de Football Professionnel.

Le contrôle des équipements, ainsi que la pose des publicités des partenaires de la compétition, y compris le badge de la L.F.P. et le badge Coupe de la Ligue, est sous la responsabilité de la L.F.P. qui a confié cette mission à une unique société.

Les clubs participant à la Coupe de la Ligue sont tenus de fournir, à chaque tour, les équipements portés par leurs joueurs de champ et gardiens de but (maillots, shorts, chaussettes) vierges de tout marquage, à l'exception de l'identification du fabricant, de l'identification du club, du nom du joueur, de son numéro à l'année, et d'une publicité d'un sponsor unique sur le maillot du joueur, dans les conditions définies ci-dessus.

Si les quantités fournies sont déterminées par chaque club, elles doivent néanmoins inclure obligatoirement un exemplaire destiné notamment au développement des partenariats entourant la compétition.

Les équipements fournis par les clubs doivent être envoyés dans les six (6) jours ouvrés qui suivent la notification de leurs couleurs, sauf cas particulier. Dans le cas où un club livrerait ses équipements dans un délai qui ne permettrait plus d'en assurer le flocage, la LFP fera parvenir à ce club un jeu d'équipements standard qu'il sera tenu de porter.

### LA FINALE

L'ensemble des points de l'article 714 s'appliquent à la Finale.

En outre, les clubs finalistes sont tenus de fournir à la LFP une tenue de présentation des joueurs, ainsi qu'une tenue qui sera utilisée lors de l'entraînement et de la conférence de presse à la veille du match.

Les joueurs des deux (2) équipes finalistes sont tenus de ne pas échanger leurs maillots avant la remise du Trophée et la photo officielle des vainqueurs.

### BALLON (ART 714)

Toutes les équipes sont tenues de disputer les échauffements et les matches avec les ballons fournis par la Ligue de Football Professionnel.

Ces ballons sont livrés à chaque club visité, à chaque tour, par le fournisseur mandaté par la LFP.

L'ensemble des rencontres se jouent avec le ballon spécifique Coupe de la Ligue, le « Ténor », qui sera fourni avant chaque match par l'équipementier Uhlsport.

### PUBLICITÉ DANS L'ENCEINTE DU STADE (ART 715)

En préambule, la Ligue de Football Professionnel précise que les marques, emblème(s) et logo du club ne sont pas considérés comme de la publicité.

Le présent article concerne tous les matches de Coupe de la Ligue.

### AIRE DE JEU ET POURTOUR (ART 715)

Le club visité est tenu de livrer son terrain vierge de toute publicité.

Ceci inclut les deuxièmes lignes de panneaux, les mains courantes et de manière générale toute forme de publicité posée ou accrochée à proximité immédiate de l'aire de jeu.

Le club visité fera le nécessaire pour retirer les publicités installées autour du terrain et mettre une personne à disposition pour aider la société mandatée par la LFP à poser et à enlever la publicité des partenaires de la compétition.

### LES AUTRES ÉQUIPEMENTS DU STADE (ART 715)

Toute publicité est interdite sur et dans ces équipements. Seule est autorisée la présence publicitaire des partenaires de la compétition.

On entend par « autres équipements », l'ensemble des supports publicitaires exploités par le club visité et incluant de manière non exhaustive les éléments suivants : frontons de tribune, têtes de vomitoire, panneaux placés en tribune, escaliers, pylônes d'éclairage, tableau d'affichage, bancs de touche, vestiaires, couloirs des vestiaires et d'accès à la pelouse, salle d'interview (ou « zone mixte »)...

Le club visité a la charge d'occulter toutes les publicités installées à ces emplacements.

Les infractions au présent article seront consignées sur la feuille d'arbitrage. Elles seront étudiées par la Commission des Compétitions.

## 3.12 Animations (Art 716)

Les animations et les messages sonores à caractère commercial sont exclusivement réservés aux partenaires de la compétition. Seuls les animations et messages sonores à caractère protocolaire ou institutionnel des clubs sont autorisés, après l'approbation de la Commission des Compétitions.

### AFFICHAGE SUR ÉCRAN « TEXTO »

Aucun message à caractère publicitaire n'est autorisé sur ces écrans d'affichage.

### EXPLOITATION DES ÉCRANS VIDÉO GÉANTS

Les clubs disposant de telles installations devront avoir obtenu l'agrément de la Commission des Compétitions sauf si cet agrément a déjà été délivré pour le championnat.

Les dispositions de l'annexe au règlement des compétitions pour la diffusion d'images sur les écrans vidéo s'appliquent.

Les logos des partenaires officiels de la Coupe de la Ligue devront figurer sur les panneaux de score permanent. Seuls ces logos, ainsi que ceux des clubs et de la compétition pourront figurer sur les écrans géants.

### DISTRIBUTION DANS L'ENCEINTE DU STADE

La distribution d'un produit à caractère publicitaire et/ou promotionnel, dans l'enceinte et aux abords du stade, est exclusivement réservée aux partenaires de la compétition.

La Ligue de Football Professionnel se réserve le droit exclusif de distribuer le programme officiel des matches, dans le respect des contraintes de sécurité des clubs. Dans le cas où la LFP ne s'octroie pas ce droit, le club pourra distribuer son programme du match, sous réserve de l'approbation de la Commission des Compétitions.

Seuls les partenaires Coupe de la Ligue pourront figurer sur le programme du match (ou tout autre document non officiel de même nature). Le club s'engage ainsi à ne pas commercialiser d'espace publicitaire aux concurrents des partenaires de la Coupe de la Ligue et à faire apparaître ces derniers sur le programme du match en lieu et place des partenaires habituels du club.

L'ensemble de la maquette du programme du match devra être validé par la LFP dans un délai suffisant avant l'impression afin de pouvoir effectuer des modifications.

Dans le cas où la distribution de ce programme serait confiée au club visité, celui-ci sera en charge de définir le dispositif adéquat afin d'en assurer la gestion correctement.

### AUTRES ANIMATIONS

Les clubs devront se conformer aux opérations de promotion organisée par la LFP, lors des matches, dont les modalités seront définies par la Commission des Compétitions.

### 3.13 Buvettes (Art 717)

Les clubs faciliteront l'accès, aux partenaires de la compétition, au référencement de leur(s) produit(s) dans les buvettes situées dans l'enceinte du stade, dans le respect de leur politique commerciale et de leurs engagements avec un tiers.

### 3.14 Télévisions (Art 718)

France Télévisions est le diffuseur français exclusif des matches en direct de la Coupe de la Ligue. A l'issue de chaque tirage au sort, la chaîne choisit le ou les matches qu'elle diffusera.

Les clubs visités dont le match est télévisé sont tenus de permettre au diffuseur exclusif la mise en place des moyens techniques nécessaires à cette retransmission.

Les clubs visités dont le match n'est pas retransmis sont tenus de permettre au diffuseur exclusif la mise en place des moyens nécessaires au tournage d'images destinées aux résumés des matches.

Tout autre diffuseur, tiers désigné ou non détenteur de droit, devra avoir reçu une accréditation TV de la LFP qui l'autorise à effectuer des prises de vues dans le stade.

Les clubs visités devront interdire à tout diffuseur n'ayant pas d'accréditation TV l'accès de caméras en tribune ou sur le terrain lors du déroulement des rencontres.

Les clubs visités devront enfin s'assurer que les techniciens TV, notamment les preneurs de son, soient positionnés, durant toute la durée de la rencontre, derrière les panneaux publicitaires afin de ne pas gêner leur visibilité.

Les infractions au présent article seront consignées sur la feuille d'arbitrage. Elles seront étudiées par la Commission des Compétitions.

# 4. COUPE DE FRANCE

## 4.1. Port des équipements – article 4-3 du Règlement de la Coupe de France

### Les échauffements

À l'occasion de certains matches expressément identifiés par la Fédération, tous les joueurs sont tenus de revêtir les chasubles fournies par la Fédération pour les échauffements d'avant-match et les échauffements durant les matches (pour les joueurs remplaçants).

### Les matchs

Du premier au troisième tour inclus, les clubs participant à la Coupe de France disputent les matches avec leurs équipements habituels.

À partir du quatrième tour, un club peut faire porter à ses joueurs les équipements fournis par la Fédération.

Les clubs préférant vêtir leurs joueurs des équipements de leur choix doivent informer de cette décision dans le délai imparti par la Fédération et sous réserve du respect des dispositions prévues en Annexe 1 au présent règlement.

Dans les conditions édictées en Annexe 1 au présent règlement, les clubs régulièrement inscrits n'ayant pas communiqué leur décision de revêtir leurs joueurs des équipements de leur choix sont tenus, pendant tout le déroulement de la compétition, de faire porter à leurs joueurs les équipements fournis par la Fédération.

Dans tous les cas, les équipements comportent, à partir du quatrième tour, les mentions des sponsors sous contrat avec la Fédération, dans des conditions définies entre la Fédération et lesdits sponsors.

Toute infraction aux prescriptions du présent article et/ou de l'Annexe 1 pourra, à la diligence de la Commission Fédérale de la Coupe de France, être sanctionnée par une amende et/ou par une exclusion de l'épreuve pour la saison suivante.

## 4.2. Couleurs des équipes – article 7.1 du Règlement de la Coupe de France

4.2.1. Sous réserve des dispositions de l'article 4.1 [4.3 du Règlement de la Coupe de France], les équipes doivent être uniformément vêtues aux couleurs de leur club.

Les gardiens de but doivent porter un maillot d'une couleur les distinguant nettement des autres joueurs et de l'arbitre. Pour parer à toute éventualité et notamment à la demande de l'arbitre ou du délégué, les gardiens de but doivent avoir à leur disposition deux maillots de couleurs différentes.

4.2.2. Si les couleurs des équipements des deux adversaires indiqués dans leur demande d'engagement prêtent à confusion, le club visiteur devra utiliser une autre couleur.

4.2.3. Les maillots doivent être numérotés dès les tours éliminatoires. Les joueurs des équipes en présence doivent porter sur le dos de leur maillot un numéro très apparent d'une hauteur minimum de 20 cm, maximum de 25 cm et d'une largeur minimum de 3 cm maximum de 5 cm. En outre, le capitaine de chaque équipe doit porter un brassard d'une largeur n'excédant pas quatre centimètres et d'une couleur opposée au maillot.

4.2.4. Nonobstant les éventuelles sanctions sportives, la non application du présent article est passible d'une amende figurant en annexe.

## 4.3. Ballons article 7.2 du Règlement de la Coupe de France

4.3.1. Durant l'épreuve éliminatoire, les ballons sont fournis par l'équipe recevant, sous peine de la perte du match.

4.3.2. Sur un terrain neutre, les deux équipes doivent fournir chacune des ballons neufs et réglementaires sous peine d'une amende (cf. Annexe). L'arbitre désigne celui avec lequel le jeu doit être commencé.

4.3.3. À compter des 1/32<sup>e</sup> de finale, la Fédération fournit les ballons.

#### 4.4. Application de l'article 4.3 du règlement de la Coupe de France (annexe 1 du Règlement de la coupe de France)

##### 4.4.1. Choix de l'équipementier par les clubs

À une date fixée par la Commission Fédérale de la Coupe de France, la Fédération adressera à chacun des clubs de Ligue 1, de Ligue 2, du National, de CFA et de CFA 2 un courrier les informant de la possibilité, à partir du quatrième tour de la compétition ou de leur entrée en lice si celle-ci est postérieure au quatrième tour, de faire porter à leurs joueurs les équipements de leur choix. En l'absence de réponse complète, auprès de la Fédération, au plus tard quinze (15) jours ouvrables après la réception de ce courrier, le club sera réputé avoir renoncé à cette possibilité et sera tenu, pour la saison en cours, de faire porter à ses joueurs les équipements fournis par la Fédération, dans les conditions prévues au paragraphe 2.

Les clubs autres que ceux visés ci-dessus souhaitant faire porter à leurs joueurs les équipements de leur choix doivent en avvertir la Fédération au plus tard quinze (15) jours ouvrables après la publication de la présente annexe et d'un formulaire de réponse qui sera faite pour chaque saison dans le journal officiel de la Fédération. A défaut de réponse complète dans ce délai, ils seront réputés avoir renoncé à cette possibilité et seront tenus, pour la saison en cours, de faire porter à leurs joueurs les équipements fournis par la Fédération, dans les conditions prévues au paragraphe 2.

##### 4.4.2. Dispositions applicables aux clubs faisant porter à leurs joueurs les équipements fournis par la fédération

Les équipements sont fournis par l'équipementier sous contrat avec la Fédération. La pose des publicités (c'est à dire les mentions des sponsors sous contrat avec la Fédération, dans des conditions définies entre la Fédération et lesdits sponsors), et, le cas échéant, du (des) badge(s) de la Fédération et/ou de la Coupe de France, est sous la responsabilité exclusive de la Fédération.

##### 4.4.2.1. Dispositions applicables entre les quatrième et huitième tours inclus

a) Entre le quatrième et le huitième tour inclus, un type de maillot « club recevant » et un type de maillot « club visiteur » sont prévus, dont les couleurs sont déterminées par la Commission Centrale de la Coupe de France.

Les jeux fournis par la Fédération demeureront la propriété des clubs, à charge pour eux d'en assurer l'entretien pendant cette période et d'en imposer le port à l'ensemble des joueurs jusqu'à leur élimination ou jusqu'au huitième tour inclus.

b) Pour le quatrième tour, chaque club reçoit un jeu de maillots en fonction de sa situation de « club recevant » ou de « club visiteur ».

c) Chaque club qualifié pour le cinquième tour reçoit un deuxième jeu de maillots complémentaire de celui attribué au quatrième tour (« club recevant » ou « club visiteur » selon le cas), de manière à ce que chaque club participant au cinquième tour soit en possession de deux jeux de maillots, l'un « recevant » et l'autre « visiteur ».

Un club entrant dans la compétition à l'occasion du cinquième ou du septième tour recevra de la Fédération deux (2) jeux de maillots, l'un « club recevant » et l'autre « club visiteur ».

d) À l'occasion de certains matches expressément identifiés par la Fédération, les clubs devront également imposer à leurs joueurs le port de shorts et de bas fournis par la Fédération.

##### 4.4.2.2. Dispositions applicables à partir des trente-deuxièmes de finale

a) Avant le tirage au sort des trente-deuxièmes de finale, la Fédération demandera aux clubs de lui indiquer les couleurs et caractéristiques de ses équipements habituels, c'est à dire de ses maillots, shorts et bas « principal », et les couleurs et les caractéristiques de ses maillots, shorts et bas « secondaire ».

Avant le déroulement de chaque tour, la Fédération fera parvenir à chaque club concerné un jeu de maillots, shorts et bas, dans des conditions définies par la Commission Centrale de la Coupe de France.

b) Pour la finale, la Fédération fournira en outre au(x) club(s) finaliste(s) ayant opté pour la fourniture d'équipements par la Fédération, en même temps que le jeu de maillots, shorts et bas, une tenue de présentation des joueurs et une tenue destinée aux autres personnes prenant place sur le banc de touche.

À l'issue du match et jusqu'au retour aux vestiaires, c'est-à-dire à l'issue de la cérémonie des récompenses, les joueurs des deux équipes sont tenus de ne pas échanger leurs maillots. À compter du coup de sifflet final, aucune tenue vestimentaire autre que celle de la tenue de match et/ou de présentation des joueurs ne sera autorisée et ceci jusqu'à l'entrée définitive des joueurs dans les vestiaires.

#### 4.4.3. Dispositions applicables aux clubs faisant porter à leurs joueurs les équipements de leur choix

a) Les « jeux de maillots » (obligatoirement numérotés), les « jeux de short », les « jeux de bas » et, pour la finale, la « tenue de présentation des joueurs », mentionnés dans le cadre de ce paragraphe, doivent s'entendre, avant flocage par la Fédération, vierges de toute publicité, à l'exception de la marque de l'équipementier et de la marque du club (dans des dimensions qui pourront être précisées par la Fédération le cas échéant). Les quantités fournies sont déterminées par chaque club et devront être remises à une société de flocage sous contrat avec la Fédération dans les délais indiqués ci-après.

b) La pose des publicités (c'est à dire les mentions des sponsors sous contrat avec la Fédération, dans des conditions définies entre la Fédération et lesdits sponsors), et, le cas échéant, du (des) badge(s) de la Fédération et/ou de la Coupe de France, est sous la responsabilité exclusive de la Fédération. Une société de flocage désignée par la Fédération est destinataire des équipements vierges envoyés par les clubs, et procède directement au flocage et à l'envoi des équipements floqués aux clubs, aux frais de ces derniers.

c) Dans l'hypothèse où la société de flocage n'aurait pas reçu, pour chacun des tours, les équipements vierges dans les délais mentionnés ci-après (qui pourront, le cas échéant, être réduits à la demande expresse de la Fédération, dans l'hypothèse par exemple où deux tours successifs sont disputés dans un laps de temps incompatible avec les délais initialement prévus), la Fédération fera parvenir au club un jeu d'équipement standard, que les joueurs seront tenus de porter. Le respect de ces délais est de l'entière responsabilité des clubs.

##### 4.4.3.1. Dispositions applicables entre les quatrième et huitième tours inclus

Entre le quatrième et le huitième tour, un type de maillot « club recevant » et un type de maillot « club visiteur » sont prévus, dont les couleurs sont déterminées par la Commission Centrale de la Coupe de France.

Au plus tard un (1) mois avant leur entrée dans la compétition (ou dans un délai de trois (3) jours ouvrables à compter de leur qualification pour les clubs qualifiés pour le quatrième tour), les clubs feront parvenir à la société de flocage sous contrat avec la Fédération deux (2) jeux de maillots, l'un « club recevant » et l'autre « club visiteur ».

A l'occasion de certains matches expressément identifiés par la Fédération, les clubs devront également faire parvenir à la société de flocage, dans un délai précisé par la Fédération, un (1) jeu de shorts et, le cas échéant, un (1) jeu de bas, de la couleur indiquée par la Fédération.

##### 4.3.3.2. Dispositions applicables à partir des trente-deuxièmes de finale

a) Avant le tirage au sort des trente-deuxièmes de finale, la Fédération demandera aux clubs de lui indiquer les couleurs et caractéristiques de ses équipements habituels, c'est à dire de ses maillots, shorts et bas « principal », et les couleurs et les caractéristiques de ses maillots, shorts et bas « secondaire ».

Dès que possible après le tirage au sort de chaque tour concerné, la Fédération indiquera à chaque club, dans des conditions définies par la Commission Fédérale de la Coupe de France, les couleurs et caractéristiques des maillots, shorts et bas qui devront être portés par les joueurs. Les clubs devront faire parvenir à la société de flocage sous contrat avec la Fédération les jeux de maillots, shorts et, le cas échéant, bas concernés dans un délai de trois (3) jours ouvrables à compter de cette notification.

b) Pour la finale, le(s) club(s) finaliste(s) ayant opté pour le port d'équipements de leur choix devront en outre fournir, en même temps que les jeux de maillots, shorts et le cas échéant bas, une tenue de présentation des joueurs. A l'issue du match et jusqu'au retour des vestiaires, c'est-à-dire à l'issue de la cérémonie des récompenses, les joueurs des deux équipes sont tenus de ne pas échanger leurs maillots. A compter du coup de sifflet final, aucune tenue vestimentaire autre que celle de la tenue de match et/ou de présentation des joueurs ne sera autorisée et ceci jusqu'à l'entrée définitive des joueurs dans les vestiaires.

##### 4.4.4. Equipement des joueurs lors des échauffements

À l'occasion de certains matches expressément identifiés par la Fédération, tous les joueurs seront tenus de revêtir les chasubles fournies par la Fédération pour les échauffements d'avant-match et les échauffements durant les matches (pour les joueurs remplaçants), et ce que les clubs aient ou non opté pour un équipementier de leur choix en ce qui concerne les maillots, shorts et bas.

La Fédération fournira directement la totalité des chasubles, pour les deux clubs, aux clubs recevant (et à chacun des deux clubs à l'occasion de la finale).

# 5. ACTIONS PUBLICITAIRES

## 5.1. Actions publicitaires et Convention Collective Nationale des Métiers du Football (CCNMF ancienne Charte du football professionnel)

Les actions publicitaires ou promotionnelles nationales effectuées à l'occasion d'une manifestation, d'une compétition, d'une rencontre, ou d'un concours organisé par la FFF, la LFP ou plusieurs clubs autorisés à utiliser des joueurs professionnels devront être cosignées par les représentants des organismes signataires de la CCNMF pour autant que leurs membres ou leurs marques soient utilisés dans ces actions. Les modalités d'application du présent alinéa devront faire l'objet de conventions particulières avec chacun de ces organismes et définiront les répartitions financières qui découlent de ces actions.

### 5.1.1 Exploitation de l'image du joueur par son club (art. 280 b de la CCNMF)

Par la signature de son contrat de travail et par voie d'avenant spécifique, le joueur donne à son club l'autorisation d'utiliser à son profit son image et/ou son nom reproduits d'une manière collective et individuelle sous réserve que 5 joueurs au moins de l'effectif soient exploités d'une manière rigoureusement identique. En deçà de cette limite, l'utilisation individuelle de chaque joueur devra avoir obtenu un accord spécifique pour chaque opération.

Ces actions peuvent concerner notamment l'utilisation des équipements sportifs (chaussures, bas, shorts, maillots de football de compétition et d'entraînement, gants et casquettes de gardien, survêtements de sport et de pluie, sacs de sport) et la promotion des partenaires du club.

À compter du 1<sup>er</sup> juillet 1998, les joueurs peuvent utiliser librement chaussures et gants de gardien de la marque de leur choix. À titre transitoire, les dispositions ci-dessus ne s'appliqueront qu'au terme des contrats en cours signés par les clubs avec des équipementiers et communiqués à la LFP avant le 30 juin 1997.

### 5.1.2. Exploitation par le joueur de son image individuelle (art. 280 c de la CCNMF)

Le joueur peut faire réaliser à son profit des actions publicitaires sur son image et/ou son nom, sans les équipements et marques du club, mais avec la possibilité de la mention du nom de son club. Ces actions ne doivent pas entrer directement ou indirectement en concurrence avec les inscriptions publicitaires figurant sur les équipements officiels du championnat, des Coupes d'Europe.

Elles doivent être communiquées au club pour information.

### 5.1.3. Exploitation par l'UNFP de l'image des joueurs (art. 280 d de la CCNMF)

L'édition, la reproduction ou l'utilisation de l'image individuelle et collective de joueurs professionnels évoluant en France et regroupant simultanément plusieurs joueurs de plusieurs clubs, ne pourront être réalisées qu'avec l'accord et au profit de l'UNFP. Ces réalisations pourront faire état de symboles et marques des clubs (nom, écusson, etc.) dont les joueurs sont issus.

### 5.1.4 Exploitation collective centralisée par la LFP (art. 280 e de la CCNMF)

L'exploitation collective des différents droits ci-dessus pourra être confiée en partie ou en totalité à la LFP pour une exploitation centralisée. A cet effet, des conventions pourront être établies avec les organismes représentatifs des différentes familles du football, signataires de la CCNMF, agissant pour le compte de leurs mandants.

Ces conventions de durée limitée reconductible fixeront les modalités d'exploitation et de répartition des produits financiers aux divers ayants droits.

## 5.2. Paris en ligne

### Contexte

La promulgation de la loi N°2010-476 du 12/05/2010 a autorisé l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne (JO du 13/05/2010) et a décidé la création de l'ARJEL (autorité de régulation des jeux en ligne)

Remarque préliminaire : Les jeux en dur ne sont pas libéralisés. Une borne dans un stade qui donne accès à des jeux en ligne est considérée comme du jeu en dur y compris dans des espaces privés ; son installation est donc interdite.

En application du 1. de l'article 32 de la loi, l'Assemblée Fédérale de la FFF du 29 mai 2010 a adopté la modification de l'article 124 des Règlements Généraux de la FFF qui énonce les obligations suivantes :

**5.2.1 - Mises**

Restrictions de parier quand on travaille dans un club

« Les acteurs des compétitions susvisées (notamment les joueurs, entraîneurs, dirigeants et encadrement des clubs, personnes ayant un lien contractuel avec la F.F.F. ou la L.F.P., agents sportifs...) ne peuvent engager, à titre personnel directement ou par personne interposée, de mises sur des paris reposant sur une compétition organisée par la F.F.F. ou la L.F.P., dès lors qu'ils y sont intéressés directement ou indirectement, notamment du fait de leur participation ou d'un lien de quelque nature qu'il soit avec la compétition concernée. Cette interdiction porte sur les supports des paris que sont les compétitions, organisées par la F.F.F. ou la L.F.P., les événements et les phases de jeu liés à la compétition, définis par l'Autorité de Régulation des Jeux en Ligne.

**5.2.2 - Divulgarion d'informations**

Nul acteur de la compétition ne peut communiquer à des tiers des informations privilégiées obtenues à l'occasion de sa profession ou de ses fonctions, et qui sont inconnues du public.

**5.2.3 - Dispositions communes**

Toute violation de ces dispositions pourra entraîner des sanctions disciplinaires dans les conditions prévues par l'annexe 2 aux présents règlements. »

De son côté, la LFP a modifié l'article 407 de son Règlement Administratif afin de donner compétence à la commission de discipline concernant les paris sportifs dans le cadre de l'article 124 des Règlements Généraux de la FFF.

**5.2.4 - Autres dispositions prévues par la loi**

a) Votre partenaire doit déclarer ses contrats à l'ARJEL

Par ailleurs, il est prévu au II de l'article 32 de la loi que l'opérateur agréé doit transmettre à l'ARJEL les contrats de partenariats passés avec des personnes organisant ou participant à des compétitions ou manifestations sportives sur lesquelles il propose des jeux ou paris. De plus, le III de l'article 32 de la loi prévoit que tout propriétaire, dirigeant, mandataire social ou salarié d'un opérateur agréé qui « détient un intérêt, personnel ou lié à sa participation dans une personne morale, dans une course hippique, compétition ou manifestation sportive, sur laquelle il organise des paris » doit le déclarer auprès de l'ARJEL.

b) Pas de contrôle d'un opérateur sur un club et pas de contrôle d'un club sur un opérateur

Enfin, le IV prévoit qu' « il est interdit à tout opérateur de jeux en ligne titulaire de l'agrément prévu à l'article 21 de détenir le contrôle, au sens de l'article L 233-16 du code de commerce, directement ou indirectement, d'un organisateur ou d'une partie prenante à une compétition ou manifestation sportive sur laquelle il organise des paris. De même, il est interdit à tout organisateur et à toute partie prenante à une compétition ou manifestation sportive de détenir le contrôle, au sens du même article L 233-16, directement ou indirectement, d'un opérateur de jeux ou de paris en ligne proposant des paris sur les événements qu'il organise ou auxquels il participe. »

c) Gestion du parrainage

Parrainage possible - les opérateurs agréés par l'ARJEL peuvent devenir des sponsors de clubs.

Toute possibilité de parrainage est subordonnée au fait que l'opérateur soit agréé par l'ARJEL. La liste des opérateurs agréés est disponible sur le site internet de l'ARJEL : [www.arjel.fr](http://www.arjel.fr).

S'agissant du sponsoring maillot : Il n'y a pas de message d'avertissement à floquer sur les maillots (art 5 du Décret no 2010-624 du 8 juin 2010 : « Les dispositions de l'article 4 ne sont pas applicables aux articles de sport commercialisés ou mis à disposition par les fédérations sportives, les organisateurs de manifestations sportives mentionnés au premier alinéa de l'article L. 331-5 du code du sport ou les associations et sociétés sportives mentionnées respectivement aux articles L. 122-1 et L. 122-2 du même code »).

A ce jour les maillots enfants bénéficient de la même réglementation. S'agissant de toute communication commerciale autre que le maillot (dont la panneautique mise en place dans le stade ou des liens avec le site internet du betteur sur le site internet d'un club), il convient de faire figurer un message de mise en garde conformément aux dispositions du Décret n°. 2010-624 du 8 juin 2010 ; il s'agit du message suivant : « Jouer comporte des risques : endettement, isolement, dépendance ... Appelez le 09-74-75-13-13 (appel non surtaxé). »

Lorsque les messages publicitaires ou promotionnels sont diffusés à la radio, le message de mise en garde, diffusé immédiatement après le message publicitaire ou promotionnel, est le suivant : « Jouer avec excès comporte des risques. Appe-

lez le 09-74-75-13-13 (appel non surtaxé). » Lorsque les messages publicitaires ou promotionnels sont diffusés sur un support imprimé, les messages de mise en garde s'inscrivent dans un espace horizontal réservé au texte et recouvrant au moins 7 % de la surface publicitaire.

Dans l'hypothèse où le club ne respecterait pas ces obligations, l'article 9 de la loi du 12 mai 2010 prévoit la sanction suivante : « Quiconque émet ou diffuse, par quelque moyen que ce soit, une communication commerciale non conforme aux dispositions du deuxième alinéa de l'article 5 et de l'article 7 (de la Loi) est puni d'une amende de 100 000 €. Le tribunal peut porter le montant de l'amende au quadruple du montant des dépenses publicitaires consacrées à l'opération illégale. »

#### d) Utilisation du calendrier de la compétition

Pour exploiter les compétitions les opérateurs doivent passer un accord avec l'organisateur (ex: LFP pour le Championnat). Un cahier des charges commun a été défini par la FFF et la LFP. La communication commerciale d'un opérateur envers un club n'est pas subordonnée au fait qu'il exploite la compétition. Cela signifie par exemple qu'un opérateur de Poker en Ligne agréé par l'ARJEL peut être sponsor maillot alors même qu'il n'a pas répondu au cahier des charges de la LFP.

#### e) Possibilité pour les clubs de céder en exclusivité leurs actifs incorporels

Il est prévu à l'article L 333-1-3 du code du sport que « les associations visées à l'article L 122-1 et les sociétés sportives visées à l'article L 122-2 du code du sport peuvent concéder aux opérateurs de paris en ligne, en tout ou partie, à titre gratuit ou onéreux, de manière exclusive ou non, des droits sur les actifs incorporels dont elles sont titulaires, sous réserve des dispositions des articles L 333-1 et L 333-2 » (ces derniers articles concernent la commercialisation des droits audiovisuels). Ces mêmes dispositions s'appliquent aux fédérations sportives et organisateurs de manifestations sportives mentionnés à l'article L. 331-5 à l'exception du droit de consentir à l'organisation de paris mentionné à l'article L. 333-1-1.

## 6. CLÉ DE RÉPARTITION DES PRODUITS DÉRIVÉS DE LA LFP

La clé de répartition des recettes issues des droits marketing commercialisés par la LFP.

### Extrait du Conseil d'Administration de la LFP du 26 juin 2009

Les principes de répartition seront désormais les suivants :

#### a) Répartition Ligue 1 / Ligue 2

- > Pour un contrat de partenariat ou de licence qui concerne exclusivement la Ligue 1, les recettes nettes générées sont réparties entre les clubs de Ligue 1 ;
- > Pour un contrat de partenariat ou de licence qui concerne exclusivement la Ligue 2, les recettes nettes générées sont réparties entre les clubs de Ligue 2 ;
- > Pour un contrat de partenariat ou de licence qui concerne à la fois la Ligue 1 et la Ligue 2, les recettes nettes sont réparties à 81 % pour la Ligue 1 et à 19 % pour la Ligue 2.

#### b) Répartition entre clubs d'une même division

- > Répartition entre clubs de Ligue 1.  
La répartition s'effectue selon les critères et clefs de répartition en vigueur sur les droits audiovisuels de la Ligue 1
- > Répartition entre clubs de Ligue 2.  
La répartition s'effectue de manière égalitaire entre les clubs participant au championnat de Ligue 2.

L'application de ces nouvelles modalités est prévue à compter de la saison 2009/2010.

# 7. UEFA CHAMPIONS LEAGUE 2011/2012 – ÉQUIPEMENTS

## Règlement UEFA Champions League 2011/12 – Extrait relatif à l'équipement

### 19.01

Le Règlement de l'UEFA concernant l'équipement (édition 2008) s'applique à tous les matches de la compétition, y compris la phase de qualification et les matches de barrage.

### PROCÉDURE D'APPROBATION DE L'ÉQUIPEMENT

#### 19.02

Tous les clubs doivent soumettre leur formulaire d'approbation de l'équipement accompagné des documents d'inscription à la compétition à l'Administration de l'UEFA pour approbation.

#### 19.03

L'équipement des clubs qui se qualifient pour les matches de barrage et la phase de matches de groupe de la compétition doit être approuvé par l'Administration de l'UEFA. Les délais suivants s'appliquent pour l'envoi à l'Administration de l'UEFA d'un modèle des tenues principale et de réserve, ainsi que de toute tenue supplémentaire, y compris celle du gardien (maillot, short et chaussettes):

- a) 1er juillet 2011 pour les clubs qui se qualifient directement pour les matches de barrage ou la phase de matches de groupe;
- b) 25 juillet 2011 pour les clubs qui se qualifient pour le troisième tour de qualification.

### COULEURS

#### 19.04

Pour tous les matches de la compétition, le club recevant est prioritaire quant

au choix de la tenue qu'il portera lors de ses matches à domicile parmi ses tenues officielles communiquées au moyen du formulaire d'inscription. Les clubs se mettent d'accord sur les couleurs à porter par leur équipe parmi les tenues communiquées au moyen du formulaire d'inscription. Si les clubs ne parviennent pas à s'entendre sur les couleurs à porter par leur équipe, ils doivent informer l'Administration de l'UEFA, qui tranchera.

#### 19.05

Pour la finale, les deux équipes peuvent porter leur tenue principale. Toutefois, en cas de risque de confusion des couleurs, l'équipe désignée comme visiteuse doit porter d'autres couleurs. S'il y a toujours un risque de confusion des couleurs et que les officiels des équipes ne parviennent pas à s'entendre sur les couleurs qui doivent être portées par leur équipe, l'Administration de l'UEFA tranchera.

#### 19.06

Dans tous les cas, si l'arbitre remarque sur place que les couleurs des deux équipes pourraient prêter à confusion, il tranchera après consultation du délégué de match de l'UEFA et de l'Administration de l'UEFA. En règle générale, dans de tels cas, l'équipe recevante doit choisir d'autres couleurs, pour des raisons pratiques.

### NOMS ET NUMÉROS DES JOUEURS

#### 19.07

A partir des matches de barrage, les noms des joueurs doivent figurer sur le dos des maillots (voir article 11 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement).

#### 19.08

A partir de la phase de matches de groupe, tous les joueurs inscrits, y compris ceux inscrits ultérieurement, doivent porter des numéros fixes (sur le maillot et le short) entre 1 et 99. Si le numéro un est attribué, il doit être porté par un gardien. Un numéro ne peut pas être utilisé par plus d'un joueur d'une équipe au cours d'une saison et aucun joueur ne peut utiliser plus d'un numéro au cours d'une saison.

### CHOIX DU SPONSOR DE MAILLOT

#### 19.09

Le club ne peut utiliser qu'un sponsor préalablement approuvé par l'association et également utilisé dans l'une des compétitions nationales en tant que sponsor de maillot. A partir des matches de barrage, cette disposition s'applique aussi à la séance d'entraînement officielle et à toutes les activités médias de l'UEFA Champions League la veille du match.

## CHANGEMENT DE SPONSOR DE MAILLOT

### 19.10

Conformément à l'article 33 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement, les clubs peuvent changer de sponsor de maillot durant la saison selon les dispositions suivantes:

- a) les clubs jouant les matches de la phase de qualification et les matches de barrage peuvent changer de sponsor de maillot au maximum deux fois pendant la même saison de l'UEFA mais une seule fois à partir du début de la phase de matches de groupe;
- b) les clubs directement qualifiés pour la phase de matches de groupe ne peuvent changer de sponsor de maillot qu'une seule fois pendant la même saison de l'UEFA.

Le fait d'utiliser un sponsor après avoir commencé la compétition sans sponsor n'est pas considéré comme un changement de sponsor. Tout changement concernant le contenu de la publicité du sponsor est considéré comme un changement de sponsor, même si le sponsor reste le même.

## DÉLAIS POUR UN CHANGEMENT DE SPONSOR DE MAILLOT

### 19.11

Les clubs souhaitant changer de sponsor de maillot selon l'alinéa 19.10 doivent respecter les exigences figurant à l'alinéa 33.04 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement (édition 2008) et soumettre leur demande à l'Administration de l'UEFA au moins dix jours ouvrables avant le premier match lors duquel ils désirent utiliser leur nouveau sponsor.

### 19.12

Pour les clubs qui se sont qualifiés pour les stades à élimination directe, tout changement de sponsor doit être annoncé à l'Administration de l'UEFA d'ici au 1er février 2012 (12h00 HEC) au plus tard.

## NON-UTILISATION D'UN SPONSOR DE MAILLOT EN RAISON DE LA LÉGISLATION NATIONALE

### 19.13

Si, en raison de la législation nationale applicable au lieu du match, le club visiteur ne peut pas utiliser son sponsor de maillot approuvé (voir alinéa 31.02 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement), il peut demander à l'UEFA de remplacer son sponsor par un programme approuvé par l'UEFA (par exemple, la

campagne pour le respect). Ces demandes doivent être soumises à l'Administration de l'UEFA au moins sept jours avant le match en question.

## BADGE DE LA COMPÉTITION

### 19.14

A partir des matches de barrage, le badge de l'UEFA Champions League doit figurer dans la zone libre de la manche droite du maillot. L'UEFA fournira aux clubs concernés suffisamment de badges pour couvrir leurs besoins (tels que déterminés par l'UEFA) tout au long de la compétition. L'utilisation du badge de l'UEFA Champions League n'est autorisée dans aucune autre compétition, ni à aucun stade antérieur de la compétition.

## BADGE DU TENANT DU TITRE

### 19.15

Le tenant du titre doit porter le badge du tenant du titre de l'UEFA Champions League au lieu du badge de l'UEFA Champions League dans la zone libre de la manche droite du maillot. L'UEFA fournira au club concerné suffisamment de badges pour couvrir ses besoins (tels que déterminés par l'UEFA) tout au long de la compétition. L'utilisation du badge de tenant du titre de l'UEFA Champions League n'est autorisée dans aucune autre compétition.

## BADGE DU RESPECT

### 19.16

A partir de la première rencontre des matches de barrage, le badge du Respect de l'UEFA doit figurer dans la zone libre de la manche gauche du maillot. L'UEFA fournira aux clubs suffisamment de badges pour couvrir leurs besoins (tels que déterminés par l'UEFA) tout au long de la compétition.

## BADGE DE MULTIPLE VAINQUEUR

### 19.17

Sous réserve d'une autorisation de l'UEFA, les clubs ayant remporté l'UEFA Champions League trois fois de suite ou cinq fois en tout au minimum peuvent porter un badge de multiple vainqueur dans la zone libre de la manche gauche du maillot. Ce badge de multiple vainqueur doit être placé au-dessus du badge du Respect de l'UEFA mentionné à l'alinéa 19.16. Le club doit se procurer ces badges de multiple vainqueur auprès du/des fournisseur(s) choisi(s) par l'Administration de l'UEFA. Articles ne faisant pas partie de la tenue de joueur

### 19.18

A partir des matches de barrage, aucune publicité de sponsor ne doit figurer sur

les articles ne faisant pas partie de la tenue du joueur (maillot, short, chaussettes) qui sont portés par les joueurs et les officiels du club.

L'identification du fabricant est autorisée conformément aux chapitres VIII, IX et X du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement. Cette disposition s'applique:

- a) à toute séance d'entraînement officielle avant le match;
- b) à toutes les activités médias (en particulier aux interviews et conférences de presse ainsi qu'aux passages dans la zone mixte) avant et après le match;
- c) le jour du match depuis l'arrivée au stade jusqu'au départ du stade.

#### MATÉRIEL SPÉCIAL UTILISÉ DANS LE STADE

##### 19.19

A partir des matches de barrage, le matériel spécial utilisé dans le stade tel que sacs, troussees médicales, gourdes, etc. ne doit pas comporter de publicité de sponsor ni d'identification du fabricant. Cette disposition s'applique:

- a) à toute séance d'entraînement officielle avant le match;
- b) à toutes les activités médias (en particulier aux interviews et conférences de presse ainsi qu'aux passages dans la zone mixte) avant et après le match;
- c) le jour du match depuis l'arrivée au stade jusqu'au départ du stade.

#### BALLONS ET BALLON OFFICIEL

##### 19.20

Pour les trois tours de qualification, les ballons doivent être conformes aux Lois du Jeu ainsi qu'à l'article 63 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement. Le club recevant doit fournir au club visiteur des ballons d'excellente qualité pour sa séance d'entraînement la veille du match ainsi que pour l'échauffement avant le match. Ces ballons doivent être identiques à ceux utilisés pour le match.

##### 19.21

Le ballon choisi par l'Administration de l'UEFA comme ballon officiel de l'UEFA Champions League doit être utilisé lors de tous les matches à partir des matches de barrage et lors des séances d'entraînement officielles ayant lieu avant ces matches.

# 8. UEFA EUROPA LEAGUE 2011/2012 - ÉQUIPEMENTS

## Règlement UEFA Europa League 2011/12 – Extrait relatif à l'équipement

### 19.01

Le Règlement de l'UEFA concernant l'équipement (édition 2008) s'applique à tous les matches de la compétition, y compris la phase de qualification et les matches de barrage. Procédure d'approbation de l'équipement

### 19.02

Tous les clubs doivent soumettre leur formulaire d'approbation de l'équipement accompagné des documents d'inscription à la compétition à l'Administration de l'UEFA pour approbation.

### 19.03

L'équipement des clubs qui se qualifient pour les matches de barrage et la phase de matches de groupe de la compétition doit être approuvé par l'Administration de l'UEFA. Les délais suivants s'appliquent pour l'envoi à l'Administration de l'UEFA d'un modèle des tenues principale et de réserve, ainsi que de toute tenue supplémentaire, y compris celle du gardien (maillot, short et chaussettes):

- a) 1er juillet 2011 pour les clubs qui se qualifient directement pour les matches de barrage;
- b) 8 août 2011 pour les clubs qui se qualifient pour les matches de barrage à l'issue de la phase de qualification.

## COULEURS

### 19.04

Pour tous les matches de la compétition, le club recevant est prioritaire quant au choix de la tenue qu'il portera lors de ses matches à domicile parmi ses tenues officielles communiquées au moyen du formulaire d'inscription. Les clubs se mettent d'accord sur les couleurs à porter par leur équipe parmi les tenues communiquées au moyen du formulaire d'inscription. Si les clubs ne parviennent pas à s'entendre sur les couleurs à porter par leur équipe, ils doivent informer l'Administration de l'UEFA, qui tranchera.

### 19.05

Pour la finale, les deux équipes peuvent porter leur tenue principale. Toutefois, en cas de risque de confusion des couleurs, l'équipe désignée comme visiteuse doit porter d'autres couleurs. S'il y a toujours un risque de confusion des couleurs et que les officiels des équipes ne parviennent pas à s'entendre sur les couleurs qui doivent être portées par leur équipe, l'Administration de l'UEFA tranchera.

### 19.06

Dans tous les cas, si l'arbitre remarque sur place que les couleurs des deux équipes pourraient prêter à confusion, il tranchera après consultation du délégué de match de l'UEFA et de l'Administration de l'UEFA. En règle générale, dans de tels cas, l'équipe recevante doit choisir d'autres couleurs, pour des raisons pratiques. Noms et numéros des joueurs

### 19.07

A partir des matches de barrage, les noms des joueurs doivent figurer sur le dos des maillots (voir article 11 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement).

### 19.08

A partir de la phase de matches de groupe, tous les joueurs inscrits, y compris ceux inscrits ultérieurement, doivent porter des numéros fixes (sur le maillot et le short) entre 1 et 99. Si le numéro un est attribué, il doit être porté par un gardien. Un numéro ne peut pas être utilisé par plus d'un joueur d'une équipe au cours d'une saison et aucun joueur ne peut utiliser plus d'un numéro au cours d'une saison.

## CHOIX DU SPONSOR DE MAILLOT

### 19.09

Le club ne peut utiliser qu'un sponsor préalablement approuvé par son association et également utilisé dans l'une des compétitions nationales en tant que sponsor

de maillot. A partir de la phase de matches de groupe, cette disposition s'applique aussi la veille du match pour toutes les activités médias de l'UEFA Europa League. A partir des seizièmes de finale, cette disposition s'applique aussi la veille du match pour la séance d'entraînement officielle.

## CHANGEMENT DE SPONSOR DE MAILLOT

### 19.10

Conformément à l'article 33 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement, les clubs peuvent changer de sponsor de maillot durant la saison selon les dispositions suivantes:

- les clubs jouant les matches de la phase de qualification et les matches de barrage peuvent changer de sponsor de maillot au maximum deux fois pendant la même saison de l'UEFA mais une seule fois à partir du début de la phase de matches de groupe;
- les clubs qualifiés pour la phase de matches de groupe à partir des matches de barrage de l'UEFA Champions League ne peuvent changer de sponsor de maillot qu'une seule fois pendant la même saison de l'UEFA.

Le fait d'utiliser un sponsor après avoir commencé la compétition sans sponsor n'est pas considéré comme un changement de sponsor. Tout changement concernant le contenu de la publicité du sponsor est considéré comme un changement de sponsor, même si le sponsor reste le même.

## DÉLAIS POUR UN CHANGEMENT DE SPONSOR DE MAILLOT

### 19.11

Les clubs souhaitant changer de sponsor de maillot selon l'alinéa 19.10 doivent respecter les exigences figurant à l'alinéa 33.04 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement (édition 2008) et soumettre leur demande à l'Administration de l'UEFA au moins dix jours ouvrables avant le premier match lors duquel ils désirent utiliser leur nouveau sponsor.

### 19.12

Pour les clubs qui se sont qualifiés pour les stades à élimination directe, tout changement de sponsor doit être annoncé à l'Administration de l'UEFA d'ici au 1er février 2012 (12h00 HEC) au plus tard. Non-utilisation d'un sponsor de maillot en raison de la législation nationale

### 19.13

Si, en raison de la législation nationale applicable au lieu du match, le club visi-

teur ne peut pas utiliser son sponsor de maillot approuvé (voir alinéa 31.02 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement), il peut demander à l'UEFA de remplacer son sponsor par un programme approuvé par l'UEFA (par exemple, la campagne pour le respect). Ces demandes doivent être soumises à l'Administration de l'UEFA au moins sept jours avant le match en question.

### BADGE DE LA COMPÉTITION

#### 19.14

A partir des matches de groupe, le badge de l'UEFA Europa League doit figurer dans la zone libre de la manche droite du maillot. Cette disposition s'applique à tous les clubs à l'exception du tenant du titre. L'UEFA fournira aux clubs concernés suffisamment de badges pour couvrir leurs besoins (tels que déterminés par l'UEFA) tout au long de la compétition. L'utilisation du badge de l'UEFA Europa League n'est autorisée dans aucune autre compétition, ni à aucun stade antérieur de la compétition. Badge du tenant du titre

#### 19.15

A partir de la phase de matches de groupe, le tenant du titre doit porter le badge du tenant du titre au lieu du badge de l'UEFA Europa League dans la zone libre de la manche droite du maillot. L'UEFA fournira au club concerné suffisamment de badges pour couvrir ses besoins (tels que déterminés par l'UEFA) tout au long de la compétition. L'utilisation du badge du tenant du titre n'est autorisée dans aucune autre compétition, ni à aucun stade antérieur de la compétition.

### BADGE DU RESPECT

#### 19.16

A partir de la première rencontre de la phase de matches de groupe, le badge du Respect de l'UEFA doit figurer dans la zone libre de la manche gauche du maillot. L'UEFA fournira aux clubs suffisamment de badges pour couvrir leurs besoins (tels que déterminés par l'UEFA) tout au long de la compétition.

### ARTICLES NE FAISANT PAS PARTIE DE LA TENUE DE JOUEUR

#### 19.17

Aucune publicité de sponsor ne doit figurer sur les articles ne faisant pas partie de la tenue du joueur (maillot, short, chaussettes) qui sont portés par les joueurs et les officiels du club. L'identification du fabricant est autorisée conformément aux chapitres VIII, IX et X du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement. Cette disposition s'applique:

a) à partir de la phase de matches de groupe, à toutes les activités médias de

l'UEFA Europa League (en particulier aux interviews et conférences de presse ainsi qu'aux passages dans la zone mixte) avant et après le match;

b) à partir des seizièmes de finale, à toute séance d'entraînement officielle avant le match; et

c) à partir des seizièmes de finale, le jour du match depuis l'arrivée au stade jusqu'au départ du stade. Matériel spécial utilisé dans le stade

#### 19.18

A partir du premier match des seizièmes de finale, le matériel spécial utilisé dans le stade tel que sacs, trousse médicales, gourdes, etc. ne doit pas comporter de publicité de sponsor ni d'identification du fabricant. Cette disposition s'applique:

a) à toutes les activités médias de l'UEFA Europa League (en particulier aux interviews et conférences de presse ainsi qu'aux passages dans la zone mixte) avant et après le match;

b) à toute séance d'entraînement officielle avant le match; et

c) le jour du match depuis l'arrivée au stade jusqu'au départ du stade.

### BALLONS ET BALLON OFFICIEL

#### 19.19

Pour tous les matches de la phase de qualification et les matches de barrage, les ballons doivent être conformes aux Lois du Jeu ainsi qu'à l'article 63 du Règlement de l'UEFA concernant l'équipement. Le club recevant doit fournir au club visiteur des ballons d'excellente qualité pour sa séance d'entraînement la veille du match ainsi que pour l'échauffement avant le match. Ces ballons doivent être identiques à ceux utilisés pour le match.

#### 19.20

Le ballon choisi par l'Administration de l'UEFA comme ballon officiel de l'UEFA Europa League doit être utilisé lors de tous les matches à partir de la phase de matches de groupe et lors des séances d'entraînement officielles ayant lieu avant ces matches.

## 9. DONNÉES DISPONIBLES SUR INTERNET

Vous trouverez sur le site internet de l'UCPF un certain nombre de données dans les rubriques suivantes :

a) Onglet **Centre de documentation** accessible depuis la page d'accueil divisé en trois rubriques :

- > Textes officiels ;
- > Études et publications (dont guide Marketing) ;
- > Chiffres clé du football.

b) Dans l'**espace présidents** accessible avec votre mot de passe depuis la page d'accueil du site vous pourrez trouver :

- > Procès verbaux des Comités Exécutifs ;
- > Procès verbaux des assemblées générales de l'UCPF ;
- > Compte rendus de la Commission sociale de l'UCPF ;
- > Compte rendus de la Commission des Finances de l'UCPF ;
- > Relevés des décisions du collège de Ligue 2 ;
- > Relevés de décisions du collège de Ligue 1 ;
- > Les lettres juridiques et Fiscales ;
- > Recueil de Jurisprudence ;
- > Séminaires UCPF ;
- > Stades (rapport commission Seguin sur les stades) ;
- > Marketing (éléments utiles aux directeurs marketing des clubs)

## 10. COORDONNÉES UCPF

Nous sommes à votre disposition pour répondre à toutes vos questions :



**Bruno Belgodère**  
Responsable financier et fiscal  
Tel : 01 55 73 32 34  
[bbelgodere@ucpf.fr](mailto:bbelgodere@ucpf.fr)



**Marie-Hélène Patry**  
Juriste affaires, fiscal et financier  
Tel : 01 55 73 32 38  
[mhpatry@ucpf.fr](mailto:mhpatry@ucpf.fr)



**UCPF**  
88 avenue Kleber  
75116 Paris  
Standard : 01 55 73 32 32  
Fax : 01 55 73 32 33  
[www.ucpf.fr](http://www.ucpf.fr)