



Modalita' concernente la pubblicita' sull'equipaggiamento dei giocatori

Articolo 1

Le società della Lega Amatori possono portare in tutte le gare ufficiali, secondo quanto prevede l'art. 20, cfr. 2 de RdG, della pubblicità sull'equipaggiamento delle loro squadre.

Articolo 2

- 2.1 Il numero di sponsor per società è illimitato.
- 2.2 Le società, in ossequio all'art. 28, cfr. 9 del Regolamento di gioco, decidono con quale tenuta giocare al momento della gara. Comunque deve essere indossata una tenuta uguale per tutta la squadra e per gara.

Articolo 3

- 3.1. Sono autorizzati al massimo cinque (5) sponsor per tenuta (maglie 3, calzoncini 2).
- 3.2. La pubblicità sull'equipaggiamento non deve eccedere la superficie totale di 1100cm². La superficie a disposizione delle società per gli sponsor è di 1020cm² mentre la superficie di 80cm² è riservata alla Sezione o all'Associazione regionale competente. La superficie riservata agli sponsor delle società è suddivisa come segue:

sulle maglie max. 720cm² e sui calzoncini max. 300cm².

Secondo quanto stabilito dal Consiglio dell'Associazione del 02 aprile 2004 la superficie totale è stata ampliata da 900cm² a 1100cm².

- 3.3. Sulle **maglie** il numero delle superfici a disposizione degli sponsor delle società è limitato a tre (3):
 - 1 – 2 sul petto. La superficie non deve oltrepassare i 720cm² e / o
 - 1 sul dorso, sopra il numero del giocatore. La superficie non deve oltrepassare i 300cm²; così rimangono a disposizione max. 420cm² per il petto.

Sui **calzoncini** il numero delle superfici a disposizione degli sponsor delle società è limitato a due (2):

- davanti sulla parte destra e sinistra dei calzoncini (per ciascuna parte max. 150cm²).

- 3.4. I numeri sul dorso della maglia devono avere un'altezza minima di 25 cm (misura UEFA). La pubblicità sul dorso deve essere collocata sopra il numero e non deve modificarne l'ordine.
- 3.5. Per tutte le società l'altezza della scritta è limitata a 10 cm (misura UEFA).

Articolo 4

- 4.1. La pubblicità di ditte o prodotti deve avere un contenuto non offensivo. Non deve essere di carattere politico, confessionale, ideologico e discriminante.
- 4.2. La pubblicità per i tabacchi e prodotti alcolici forti (oltre il 15 % vol.) è vietata. Di conseguenza essa è consentita per i prodotti seguenti: vino, birra, succo di mele, frutta e bacche. Per il resto è autorizzata nell'ambito delle disposizioni legali vigenti. Per le squadre allievi è severamente vietata la pubblicità per i prodotti alcolici e tabacchi.

Articolo 5

Il marchio o l'indicazione di provenienza di ditte di articoli sportivi su maglie, calzoncini, calze e sui guanti e sul berretto del portiere non è considerata pubblicità supplementare sintanto che non eccede i 16 cm² e da indicazione sul produttore o sul rivenditore che commercia il proprio articolo sporti-vo. L'autorizzazione per l'applicazione di logo (massimo 16 cm²) di istituzioni di carattere pubblico o simili è di competenza del Comitato centrale ASF.

Articolo 6

Competente per l'autorizzazione della pubblicità è l'associazione regionale alla quale appartiene la società interessata.

Per la 2 Lega interregionale l'autorità competente è il Comitato della Lega Amatori.

Articolo 7

L'autorità competente (Associazione regionale o comitato della Lega Amatori) autorizza sulla base di uno schizzo di grandezza originale e può prelevare una tassa per l'esame della documentazione. Società che giocano senza autorizzazione o che l'equipaggiamento non corrisponde alle disposizioni, saranno punite a norma dell'art. 63 degli Statuti ASF. In caso di rifiuto di autorizzazione da parte dell'autorità competente è possibile ricorrere alla Commissione di ricorso interessata che decide inappellabilmente fissando una tassa.

Articolo 8

La sorveglianza sulle disposizioni per la pubblicità sull'equipaggiamento compete alle Associazioni regionali come pure al Comitato della Lega Amatori ASF.

Articolo 9

- 9.1. Il Comitato della Lega Amatori e le Associazioni regionali non sono competenti e non portano alcuna responsabilità per liti che potrebbero sorgere tra società e sponsor in merito ai contratti pubblicitari.
- 9.2. Nel caso di divergenza fa stato il testo in lingua tedesca.
- 9.3. Le presenti modalità sono state approvate dalla Conferenza dei presidenti della Lega Amatori il 15 novembre 2003 e entrano in vigore il 1 gennaio 2004.
- 9.4. Le presenti modalità sono state approvate dal comitato centrale dell'ASF in data 28 gennaio 2005.

LEGA AMATORI ASF

Il Presidente: Il segretario:

U. Saladin

R. Zanchetto

Muri, 1 febbraio 2005