



# CAHIER DES CHARGES TROPHEE DES CHAMPIONS



## SOMMAIRE

I.	REGLEMENTS.....	4
1.	OBJET.....	4
2.	ENVOI DU DOSSIER DE CONSULTATION.....	4
3.	CONTENU DU DOSSIER DE CANDIDATURE.....	4
4.	DEPOT DU DOSSIER DE CANDIDATURE.....	6
5.	CHOIX DU CANDIDAT.....	6
6.	ECHEANCIER DE L'APPEL A CANDIDATURES.....	7
II.	CAHIER DES CHARGES.....	8
1.	PREAMBULE: PRESENTATION DE LA COMPETITION.....	8
2.	DEFINITIONS.....	8
3.	MISSIONS DEVOLUES AU PARTENAIRE DE LA LNH.....	9
4.	PROGRAMME DU JOUR DE LA COMPETITION.....	9
5.	DATE PREVISIONNELLE.....	10
6.	CONSTITUTION DU PLATEAU.....	10
7.	HEBERGEMENT, RESTAURATION ET DEPLACEMENT.....	11
7.1	Déplacements, hébergement, restauration et accompagnement des équipes qualifiées	11
7.2	Déplacements, hébergement et restauration des arbitres et délégués.....	12
7.3	Déplacements, hébergement, restauration des élus et partenaires de la Ligue Nationale de Handball.....	13
7.4	Déplacements, hébergement, restauration du personnel d'organisation.....	13
8.	DOSSIER D'ORGANISATION.....	14
8.1	Configuration du site de compétition et d'entraînement.....	14
8.2	Salle d'entraînement.....	14
8.3	Salle principale.....	15
8.4	Le local LNH.....	18
9.	COMMUNICATION.....	18
9.1	Plan de communication.....	19
9.2	Accréditation journalistes.....	19
9.3	Dossier de presse et communiqués de presse.....	19
10.	PARTENARIATS – MARKETING.....	21
10.1	Plan.....	21
10.2	Impératifs techniques.....	21
10.3	Principes de commercialisation et exclusivité.....	21
10.4	Visibilité hors champ de caméra.....	22



10.5	Visibilité dans le champ de la caméra .....	22
10.6	Ordre d'apparition des messages publicitaires .....	23
11.	BILLETTERIE / BUVETTE / CATERING GRAND PUBLIC .....	23
11.1	Grand public.....	23
11.2	Buvettes et points de restauration.....	24
11.3	Fan-zone.....	24
11.4	Merchandising.....	24
11.5	Accréditations et invitations .....	25
12.	HOSPITALITES – RELATIONS PUBLIQUES.....	25
12.1	Espaces VIP .....	25
12.2	Invitations et accueil des VIP .....	26
12.3	Commercialisation des prestations de relations publiques.....	26
13.	ANIMATIONS – PROTOCOLES.....	27
13.1	Animations lors des rencontres .....	27
13.2	Messages parlés et animations .....	27
13.3	Protocoles.....	27
14.	SECURITE.....	27
15.	MEDICAL.....	27
15.1	Infrastructures médicales (hors contrôle antidopage).....	28
15.2	Encadrement médical de la compétition .....	28
15.3	Contrôle antidopage.....	29
XVI.	ANNEXES .....	30
1.	Annexe 1 : budget du candidat et garanties financières pour la lnh.....	30
2.	Annexe 2 : Moyens humains à mettre en œuvre .....	31
3.	Annexe 3 : Salle - Exigences LNH.....	33
4.	Annexe 4 : Le terrain de handball.....	34
5.	Annexe 5 : Plans de la régie publicitaire.....	35
6.	Annexe 6 : Plan-type d'un local de contrôle anti-dopage.....	36
7.	Annexe 7 : Podium de remise du trophée .....	37
8.	Annexe 8 : Règles de maintenance du sol Gerflor.....	38



## I. REGLEMENTS

### 1. OBJET

La réussite du handball professionnel français s'est construite avec et par les clubs évoluant au sein de la Ligue Nationale de Handball. Les centres de formation des clubs professionnels ont formé des générations de joueurs exceptionnels, jeunes talents devenus des stars mondiales.

Les Championnats de Liqui Moly StarLigue et de ProLigue sont deux terrains d'aventure très appréciés par les joueurs, le public et les partenaires. De nombreuses stars internationales viennent rejoindre nos championnats, permettant à nos clubs d'atteindre les sommets des compétitions européennes, de dynamiser encore plus la volonté de produire un spectacle de 1<sup>er</sup> ordre.

Par son format moderne, sur une journée unique, le Trophée des Champions 2024 sublimerait le territoire d'accueil. Sa force d'attraction, le spectacle produit pendant et autour de cet événement permettront aux fans de sport, aux familles et aux entreprises de partager un moment riche d'émotions. Plateau de joueurs exceptionnels, animations et innovations seront au rendez-vous !

La LNH, forte de son expérience dans l'organisation de ce type d'évènement, soucieuse de produire un spectacle de grande qualité alliant une rencontre sportive à fort intérêt et des animations, consulte les éventuels candidats intéressés pour l'assister à organiser l'édition 2024 du Trophée des Champions.

### 2. ENVOI DU DOSSIER DE CONSULTATION

Le dossier de candidature est consultable et téléchargeable sur le site officiel de la Ligue Nationale de Handball [www.lnh.fr](http://www.lnh.fr) à partir du **12 décembre 2023 – 15h00**. En parallèle, la LNH informera par voie de courrier électronique tous les clubs professionnels évoluant en Liqui Moly StarLigue ou ProLigue au cours de la saison 2023-2024, la Fédération Française de Handball (FFHB), ses Ligues régionales et les Comités départementaux de la FFHB.

Le choix du site de la compétition relève de la compétence exclusive du Comité Directeur de la LNH qui n'effectuera ce choix qu'au vu des propositions complètes déposées dans les formes et délais prévus ci-après et répondant au cahier des charges ci-attaché.

### 3. CONTENU DU DOSSIER DE CANDIDATURE

Chaque Candidat est tenu, sous peine de voir sa candidature rejetée, de produire un dossier de candidature en français comprenant au minimum les éléments suivants

- La forme juridique de l'entité qui fait acte de candidature et qui se positionne en tant qu'interlocutrice potentielle privilégiée de la LNH.
- Le budget prévisionnel de l'évènement ;
- Un engagement du propriétaire ou gestionnaire de la salle, de mettre à disposition du Candidat l'installation sportive vierge et libre de tout droit et de toute publicité (« clean stadium »), pendant une période courant du mercredi soir précédant la compétition jusqu'au dimanche inclus et permettant aux prestataires de procéder, après les rencontres, au démontage et à l'enlèvement des matériaux utilisés.
- Un document attestant que l'enceinte sportive répond à chacun des critères permettant l'obtention de la classe 1 au sens des règlements généraux de la Fédération Française de Handball (document détaillé, justificatifs à l'appui) ou, à défaut, un document attestant de la demande formalisée auprès de la Fédération Française de Handball.
- Un justificatif de la présence d'un défibrillateur dans la salle ainsi qu'une attestation de conformité aux normes en vigueur datée de moins de 3 ans ;
- Une notice descriptive des capacités et surfaces existantes de l'installation sportive



ou se situant à proximité immédiate, précisant notamment :

- La capacité totale de la salle ;
- Un relevé de mesure de l'éclairage de la salle ;
- La capacité de chaque tribune ;
- La capacité de la tribune officielle et des sièges VIP ;
- La capacité de la tribune de presse ;
- Le nombre et la surface des salles d'hospitalité.
- L'existence d'un parvis permettant d'installer une fanzone ;
- Le nombre total de places de parking et la surface totale de stationnement ;
- Le plan de desserte de transports en commun de la salle et les éventuels renforcements prévus en lien avec la collectivité et l'exploitant du réseau de transport en commun ;
- Un descriptif et un chiffrage des actions de communication et d'animation grand public que le candidat entend proposer de mener pour le compte de la LNH à titre gracieux et de garantir ou faire garantir ;
- Les courriers de collectivités et ou de partenaires économiques proches du candidat attestant le soutien (financier, logistique, technique ou autres) que ces derniers s'engagent à apporter dans le cadre de l'organisation de l'événement ;
- Un organigramme de l'équipe mobilisée par le candidat dans le cadre de la mission en décrivant les missions et les références du personnel ;
- La proposition de tarification du candidat pour la mission effectuée ;
- Le nom et les coordonnées (téléphoniques et électroniques) du contact opérationnel en charge du suivi du dossier de candidature.

Le Candidat pourra joindre à son dossier toute autre pièce qu'il jugerait utile. Il devra disposer dans son dossier d'un maximum de garanties et d'engagements.

Le Candidat peut également proposer une recommandation du plan global de commercialisation des hospitalités incluant notamment la tarification envisagée, le planning, le descriptif et le coût des prestations proposées aux entreprises ainsi que le volume de ventes visé et/ou garanties à la LNH.



#### 4. DEPOT DU DOSSIER DE CANDIDATURE

Ce dossier sera déposé au plus tard le vendredi 19 janvier 2024 à 18h00 ou expédié par la poste, en envoi recommandé avec accusé de réception (cachet de la Poste faisant foi), à l'adresse suivante :

LIGUE NATIONALE DE HANDBALL  
Pierre-Jean GOLVEN  
21, rue René Goscinny 75013 PARIS

Il sera dans le même temps envoyé par mail à l'adresse : [pj.golven@lnh.fr](mailto:pj.golven@lnh.fr).

#### 5. CHOIX DU CANDIDAT

Le choix du candidat s'effectuera à l'issue de trois phases à savoir d'une part l'analyse de recevabilité et d'instruction des dossiers (1) l'analyse du dossier et phase d'échanges entre la LNH et les candidats dont le dossier aura été jugé recevable (2) et la sélection par le Comité Directeur de la LNH (3)

- Examen de la recevabilité du dossier

L'examen de recevabilité et l'instruction des dossiers de candidature sont confiés au Bureau de la LNH.

Après clôture de la période de dépôt des dossiers de candidatures, le Bureau de la LNH procédera à une première analyse, sur la forme, des candidatures et notifiera le rejet par lettre recommandée anticipée par e-mail de celles ne respectant pas les modalités exigées aux articles 3 et 4 du règlement de consultation ci-avant, le cas échéant.

- Analyse du dossier et phase d'échanges entre la LNH et les candidats

S'agissant des dossiers dont il constatera la recevabilité, le Bureau de la LNH pourra, s'il l'estime nécessaire dans le cadre d'une analyse préliminaire des dossiers :

- Solliciter des compléments d'informations auprès des Candidats ;
- Mandater toute(s) personne(s) de son choix pour visiter les sites préconisés ;
- Auditionner les Candidats afin qu'ils affinent leur dossier de candidature ;
- Demander des engagements écrits complémentaires relatifs à des éléments de la candidature ;

Les précisions apportées aux dossiers de candidature à l'issue de cette analyse préliminaire des dossiers feront parties intégrantes de ceux-ci.

Dans le cadre de la présente consultation, le dossier remis par chacun des Candidats sera apprécié notamment à partir des critères principaux suivants :

- Respect du cahier des charges ;
- Capacité de la salle et de mobilisation du public ;
- Engagements écrits de partenaires privés et publics ;
- Plan de communication détaillé ;
- Capacités et références des candidats ;
- Respect des contraintes de l'organisation ;
- Rentabilité économique de l'évènement ;
- Accessibilité pour tous les publics.
- Démarches et initiatives sociétales et éco-responsables

- Sélection du candidat et contractualisation

Le Comité Directeur de la LNH, après éventuelle audition des Candidats, procédera au choix de son partenaire en vue de l'assister à organiser l'évènement.

La décision du Comité Directeur de la LNH sera notifiée à l'ensemble des Candidats par lettre



recommandée anticipée par e-mail.

Un contrat, auquel sera annexé un rétroplanning précis d'exécution des obligations respectives, sera signé entre la LNH et le Candidat sélectionné par le Comité Directeur de la LNH. Il précisera notamment :

- Les responsabilités respectives des parties ;
- Les modalités définitives de répartition des produits et des charges entre les parties ; étant entendu que le business model de l'évènement est de tendre vers un partage des risques et des opportunités dans le cadre d'une relation mutuellement profitable.

## 6. ECHEANCIER DE L'APPEL A CANDIDATURES

L'échéancier ci-après précise les principales phases de l'appel à candidatures :

- 12 décembre 2023 :\_Lancement de la consultation ;
- 19 janvier 2024 :\_Clôture de la réception des dossiers de candidatures ;
- 19 janvier au 23 février 2024 : Période d'analyse des candidatures et de discussion avec les candidats ;
- 5 mars 2024 :\_Annonce du site retenu (date indicative).



## II. CAHIER DES CHARGES

### 1. PREAMBULE : PRESENTATION DE LA COMPETITION

Motivées par la volonté de développer et d'asseoir son leadership, la LNH et ses composantes sont très attentives à l'équilibre qu'il convient de respecter pour maintenir la compétitivité des joueurs et des clubs tout en améliorant la qualité des spectacles produits tout au long de chaque saison.

La formule opposant en match sec les deux meilleures équipes entre dans cette logique. Les deux clubs qualifiés pour le Trophée des Champions sont :

- Le vainqueur du championnat de Liqui Moly StarLigue 2023/2024
- Le vainqueur de la Coupe de France 2023/2024

Si le vainqueur de la Coupe de France est le vainqueur du championnat, celui-ci sera alors opposé au deuxième du classement de ce championnat au titre de la saison précédente.

La LNH se réserve le droit d'étudier les conditions d'organisation d'un match de gala en ouverture.

### 2. DEFINITIONS

Dans le présent Cahier des charges, les termes suivants dont la première lettre apparaît en majuscule auront la signification ci-après indiquée :

« Article » :	Désigne un article du présent Cahier des charges
« Annexe » :	Désigne une annexe au présent Cahier des charges
« Cahier des Charges » :	Désigne le Cahier des charges du Trophée des Champions
« Candidat » :	Désigne une structure participant à la phase de candidatures pour l'organisation du Trophée des Champions
« Partenaire » :	Désigne le candidat retenu pour assister la LNH dans l'organisation du Trophée des Champions



### 3. MISSIONS DEVOLUES AU PARTENAIRE DE LA LNH

Le partenaire de la LNH aura essentiellement pour mission, sans que cette liste ne soit limitative,

- De proposer une salle et ses conditions de location ;
- D'Assurer le lien avec les collectivités concernées par l'organisation du Trophée des Champions (Municipalité, Agglomération, Région, Département...) en négociant un concours financier ainsi que des dispositifs de soutien promotionnel ;
- D'assurer la mise à dispositions de salariés compétents et formés et de bénévoles visant à soutenir le bon déroulement logistique du Trophée des Champions ;
- D'assurer éventuellement la commercialisation du programme hospitalités et des partenariats marketing locaux (si cette option est retenue, les modalités de commissionnement seront à définir avec la LNH). Le candidat proposera dans son dossier de candidature une répartition des recettes liées à la commercialisation de ces dispositifs entre lui et la LNH.
- De contribuer à la mise en place du programme de communication visant à promouvoir la billetterie de l'évènement (proposition de plan médias, mise à disposition d'espaces publicitaires...);
- De proposer un réseau privilégié d'acteurs locaux susceptibles de contribuer à la réussite de l'évènement, proposant un excellent rapport qualité prix notamment en matière d'hébergement, de transport, de restauration, de solutions logistiques et techniques.

### 4. PROGRAMME DU JOUR DE LA COMPETITION

Le Trophée des Champions consiste en un match de handball professionnel précédé et clôturé par des animations, la durée totale de l'évènement équivalant à la durée du match professionnel et de trois heures d'animations et de protocole.

Par ailleurs, la LNH estime opportun que le Trophée des Champions constitue un évènement allant au-delà de la rencontre sportive. Aussi, la LNH étudiera avec intérêt les propositions des candidats permettant de faire du week-end entier un carrefour d'échanges relatifs à l'économie du handball, à l'arbitrage, à la formation des jeunes joueurs et à tout thème pertinent permettant de dynamiser le territoire.



## 5. DATE PREVISIONNELLE

Le Trophée des Champions aura lieu le samedi 31 août 2024.

Les actions dites périphériques (sur les thèmes que le candidat souhaite développer) pourront avoir lieu la veille ou le jour de la compétition.

## 6. CONSTITUTION DU PLATEAU

### Sportif :

2 équipes – délégation 22	44
1 binôme arbitres	2
Délégués – Officiels Table de Marque	3
Statisticiens	3
Délégation Direction Nationale de l'Arbitrage	3
Médecin LNH	2
	<b>57</b>

### Logistique :

Personnel d'organisation LNH & prestataires	20
---	----

### Institutionnels Handball :

Président + Membres bureau + Directeur Général	10
--	----

### Partenaires Economiques :

Partenaires LNH & diffuseur	10
-----------------------------	----

### Médias :

Agence & Voyage de presse	13
---------------------------	----

### Non Affectés :

	10
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>



## 7. HEBERGEMENT, RESTAURATION ET DEPLACEMENT

### 7.1 DEPLACEMENTS, HEBERGEMENT, RESTAURATION ET ACCOMPAGNEMENT DES EQUIPES QUALIFIEES

Chacune des 2 délégations sportives est constituée de 22 personnes (joueurs, entraîneurs, staff médical et sportif).

Pour les 2 équipes participants au Trophée des Champions, la prise en charge débute la veille des rencontres et se termine le lendemain matin des rencontres.

La LNH, en fonction des propositions d'hébergement présentées par le candidat pour les différentes catégories de participants (Equipes, Officiels, Organisation...), effectuera l'affectation des hôtels.

#### 7.1.1. *Déplacements des équipes qualifiées*

La prise en charge des frais de déplacement des équipes qualifiées débute depuis l'aéroport de départ pour les groupes voyageant en avion, de la gare SNCF de départ pour les groupes arrivant par le train, depuis le siège du club pour les équipes se déplaçant par la route. Chaque club proposera à la LNH un devis de son déplacement aller et retour.

Par ailleurs, pour chaque équipe et pour l'ensemble des déplacements "locaux" (c'est-à-dire, dans les environs du site de compétitions) le candidat mettra à disposition un bus de standing le cas échéant. Deux équipes ne pourront en aucun cas partager le même bus. Les déplacements des équipes et le ou les bus utilisé(s) seront validés par le Service Sportif. Les heures de repos obligatoires des chauffeurs doivent être anticipées et prévues dans leur prestation.

Un plan prévisionnel des rotations de bus sera présenté à la LNH huit jours avant l'évènement. Dans le cadre du programme RSE Zone+, et parce que la moitié des émissions de gaz à effet de serre des transports résulte des déplacements de personnes il est nécessaire que tous les clubs, prestataires et salariés de la LNH fassent leurs meilleurs efforts pour privilégier un mode de transport durable (train, covoiturage) pour se rendre sur le lieu de l'évènement.

#### 7.1.2. *Hébergement des équipes qualifiées*

Autant que possible, le candidat favorisera l'unité de lieu en hébergeant l'ensemble du plateau sportif au sein d'un même hôtel (ceci en préservant la tranquillité des équipes qui doivent être isolées les unes des autres, mais également du public : chambres dans des ailes ou des étages différents, lieu de restauration et de réunion différents...) situé à proximité du lieu de compétition.

Le ou les hôtels sélectionnés par le candidat devront être d'un niveau minimum de 4 étoiles, normes internationales. Chaque chambre aura sa salle de bain privative et ses toilettes.

Les 2 équipes participants au Trophée des Champions bénéficieront de 8 chambres twin (2 lits) et de 6 chambres single. Les réservations supplémentaires seront à la charge du club, et devront être effectuées par lui. Le candidat mettra à disposition de chaque équipe, au sein de l'hôtel, une table de massage à disposer dans la chambre du kinésithérapeute de l'équipe.

Dans les hôtels hébergeant les équipes, ces derniers devront disposer d'au minimum deux salles vidéo entièrement équipées (grand écran ou système de vidéo-projection). Ce dispositif technique pourra être directement installé dans chaque salon privé d'équipe.

#### 7.1.3. *Restauration des équipes*

Les repas seront organisés dans l'hôtel de résidence de la délégation ou, à défaut, dans un établissement situé à proximité, accessible à pied en moins de 5 minutes. Pour chacune des



délégations sportives, il conviendra de servir les repas dans des salles distinctes et privatisées, selon la configuration prévue dans le cahier des charges restauration de la LNH (soit une table joueurs de 16 places et une table staff de 6 places).

Les petits déjeuners seront proposés sous la forme de buffet. La collation, si elle est demandée par une équipe, correspondra à un petit déjeuner. Cette collation est également à la charge du candidat.

Sauf demande particulière, les repas ne devront pas excéder une durée de 45 minutes. Ils devront se dérouler de manière assise. Les repas comprendront : une entrée, un plat (deux choix possibles en évitant la viande de porc), fromage, un dessert, un café. Outre la qualité des repas, une attention particulière devra être apportée à la quantité servie.

Les repas doivent idéalement être préparés avec des fruits et légumes de saison, l'origine des produits doit être la plus locale possible. Dans le cas d'une consommation sous le format d'un plateau repas, il doit être livré dans des contenants biodégradables et/ou réutilisables.

Boissons : eau minérale ou de source conditionnée en bouteille de verre et jus de fruits 100% pur jus sans sucre ajouté. Une fontaine d'eau potable doit être mise à disposition et visible et son accès est libre et sans frais.

Le partenaire s'engage à fournir au moins un mois avant le début de la compétition des exemples de menus destinés aux équipes pour validation par la commission médicale de la LNH. Les horaires de repas seront planifiés à l'avance en fonction du programme d'activité des équipes, des entraînements et des rencontres.

## 7.2 DEPLACEMENTS, HEBERGEMENT ET RESTAURATION DES ARBITRES ET DELEGUES

Les binômes d'arbitres seront pris en charge le jour du match jusqu'au lendemain après le petit-déjeuner. Toutefois, dans le cas où l'éloignement du lieu de résidence d'un ou plusieurs arbitres rendrait impossible leur arrivée sur le lieu de la compétition au minimum 4 heures avant le début de la rencontre, le candidat prendra à sa charge la nuitée supplémentaire correspondante.

La prise en charge des délégués et officiels de table de marque domiciliés à plus de 100 kms du lieu de l'événement débute le jour du match jusqu'au lendemain après le petit-déjeuner.

Le candidat met à la disposition des arbitres et des délégués, pendant toute la durée de la compétition deux accompagnateurs (un par binôme), appelé « référent arbitres/délégués ». Chaque « référent arbitres/délégués » doit connaître parfaitement l'organisation logistique des arbitres et des délégués.

### *7.2.1 Déplacements des arbitres et délégués*

La prise en charge des arbitres et délégués débute selon le plan de déplacement des différents intéressés :

- À l'aéroport le plus proche de la ville hôte pour les groupes voyageant en avion,
- À la gare SNCF de la ville hôte pour les groupes arrivant en train,
- Directement à l'hôtel pour les groupes se déplaçant par la route.

Le partenaire met en place un système de navettes en véhicules individuels pour transporter les arbitres et délégués durant toute la durée de la compétition.

### *7.2.2 Hébergement des arbitres et délégués*



Le ou les hôtels sélectionnés par le candidat devront être d'un niveau minimum de 4 étoiles, normes internationales. Chaque chambre aura sa salle de bain privative et ses toilettes. Chaque paire d'arbitres bénéficiera d'une chambre twin (2 lits simples), les délégués d'une chambre single en cas d'hébergement le soir du match.

#### *7.2.3. Restauration des arbitres, délégués et Officiels de table de marque*

La LNH prend à sa charge les petits déjeuners, déjeuners et dîners des arbitres et délégués, déjeuner des officiels de table de marque.

### 7.3 DEPLACEMENTS, HEBERGEMENT, RESTAURATION DES ELUS ET PARTENAIRES DE LA LIGUE NATIONALE DE HANDBALL

Les élus et partenaires de la LNH seront pris en charge par la LNH, dans la limite de 20 personnes, le jour de la compétition jusqu'au lendemain matin.

#### *7.3.1. Transport des élus et partenaires de la LNH*

Le partenaire met en place un système de navettes en véhicules individuels effectué par les bénévoles pour transporter les élus et partenaires durant toute la durée de la compétition.

#### *7.3.2. Hébergement des élus et partenaires de la LNH*

Le ou les hôtels sélectionnés par le partenaire devront être d'un niveau minimum de 4 étoiles, normes internationales. Chaque chambre aura sa salle de bain privative et ses toilettes. Les représentants de la LNH bénéficieront chacun d'une chambre single.

Les demandes supplémentaires devront être validées par la LNH. Elles seront à la charge des éventuels bénéficiaires ou de la LNH selon les cas.

#### *7.3.3. Restauration des élus et représentants de la LNH*

La LNH aura à sa charge les frais de restauration de ses élus et de ses représentants.

### 7.4 DEPLACEMENTS, HEBERGEMENT, RESTAURATION DU PERSONNEL D'ORGANISATION

On entend par personnel d'organisation de la compétition notamment les salariés de la LNH, les personnes chargées des animations ainsi que les prestataires en charge de la communication (photographes, agence éditoriale...)

La LNH transmettra au partenaire un plan d'occupation définitif au plus tard 10 jours avant le premier jour de compétition.

#### *7.4.1. Déplacement du personnel d'organisation*

4 véhicules de location (catégorie C – Hybride ou électrique) seront mis à disposition de la LNH :

- Quatre véhicules pour une durée de 3 jours

Les véhicules seront mis à disposition par le partenaire à la LNH :

- Soit directement sur le site d'arrivée (aéroport ou gare SNCF),
- Soit à l'hôtel où sera logé le personnel d'organisation. Dans ce cas, le transfert entre l'aéroport ou la gare SNCF est à la charge du candidat.

#### *7.4.2. Hébergement du personnel d'organisation*

Le ou les hôtels sélectionnés par le candidat devront être d'un niveau minimum de 3 étoiles, normes internationales. Chaque chambre aura sa salle de bain privative et ses toilettes



Le personnel d'organisation bénéficiera de 20 chambres single pour un total de 50 nuitées.

Au sein de l'hôtel, le personnel d'organisation devra disposer de :

- Accès internet wifi valables durant toute la durée du séjour pour toutes les chambres ;
- 5 places de stationnement dans le parking de l'hôtel.

#### *7.4.3. Restauration du personnel d'organisation*

La LNH aura à sa charge les frais de restauration du personnel d'organisation.

## **8. DOSSIER D'ORGANISATION**

Un dossier d'organisation contenant toutes les informations logistiques et pratiques nécessaires (hébergement, restauration, formule de compétition, horaires des entraînements, réunions officielles, adresses des différents sites ainsi que leurs plans...) sera fourni par la LNH, assistée dans son élaboration par le partenaire, à chacune des équipes participantes et leur référent.

Ce document sera soumis pour avis au partenaire qui effectuera un retour à la LNH dans un délai de 96h suivant l'envoi.

La LNH, sur présentation du « bon à tirer » du dossier d'organisation, valide la mise en impression du dossier. Ce dossier devra parvenir aux participants au minimum 5 jours avant le début de la compétition.

### 8.1 CONFIGURATION DU SITE DE COMPETITION ET D'ENTRAINEMENT

Les différents sites devront impérativement disposer d'un réseau wifi d'excellente qualité dédié aux besoins de la LNH (captation, diffusion...).

### 8.2 SALLE D'ENTRAINEMENT

Le Partenaire doit mettre à la disposition de la LNH et des équipes au minimum une salle pour les entraînements avec un tracé handball de 40mx20m, buts et filets blancs. Le revêtement de sol devra être en bois, en caoutchouc, en lino ou en plastique de type Gerflor, Mondo ou Tarkett-Sports, mais en aucun cas en résine ou ciment.

Le Partenaire veillera particulièrement à la propreté de la salle d'entraînement (terrain, vestiaires, sanitaires) et à la mise en sécurité de l'aire de jeu.

Des créneaux d'entraînement seront prévus :

- La veille de l'évènement en après-midi et en début de soirée ;
- Le matin de l'évènement.

Les équipes pourront s'entraîner selon un planning proposé par la LNH. Les créneaux et lieux d'entraînements seront attribués à chaque équipe par la COC de la LNH et feront l'objet d'un tirage au sort le cas échéant. La LNH et le partenaire devront mettre à disposition pour chaque entraînement :

- 1 gonfleur à ballons électrique avec ses aiguilles, raccordé au secteur, à disposition des équipes dans le couloir des vestiaires ;
- 1 table de kiné par vestiaire ;
- 1 point d'eau potable fraîche ou à température ambiante type fontaine à eau.

Le matériel médical (straps, ciseaux etc...) est apporté et géré par les équipes elles-mêmes.



Ces entraînements pourront également être ouverts au public, selon les modalités fixées par la COC, en concertation avec les clubs. A la demande d'une équipe, l'entraînement pourra avoir lieu à huis clos, l'accès au public sera donc limité à 10 minutes, au début de sa séance d'entraînement.

### 8.3 SALLE PRINCIPALE

La salle destinée à accueillir la compétition doit répondre aux exigences fixées en annexe 3 du présent document.

Elle doit disposer d'une salle de réunion d'au minimum 20 mètres carré afin d'y organiser, avant le début de la rencontre, une réunion technique entre le délégué, les arbitres, le président de la COC et les représentants de chaque équipe.

Les équipes disposeront de la salle principale pour un entraînement le jour du match pendant au minimum 45 minutes selon le planning établi par la COC de la LNH.

Le partenaire et la LNH devront mettre à disposition :

- 1 gonfleur à ballons électrique avec ses aiguilles, raccordé au secteur, à disposition des équipes dans le couloir des vestiaires ;
- 1 table de kiné par équipe ;
- 2 points d'eau potable fraîche ou à température ambiante type fontaine à eau dans la zone vestiaires ;
- 2 points d'eau potable fraîche ou à température ambiante type fontaine à eau à proximité immédiate des bancs des équipes en bord de terrain.

#### 8.3.1. L'Aire de jeu

Dans le cadre de son programme RSE Zone+, les bouteilles en plastique seront **interdites** sur l'aire de jeu.

##### 8.3.1.1. Dimensions et distances réglementaires

Le terrain mesure 40 m en longueur et 20 m en largeur avec un espace d'évolution souhaité de 44 m par 24 m mais de 44 m par 22 m obligatoire. Ainsi, l'aire de jeu est entourée d'une bande de sécurité. Elle mesure au minimum 1m le long de la ligne de touche et 2m derrière la ligne de sortie de but.

Toutes les caractéristiques réglementaires figurent à l'Annexe 4.

Il devra, en outre, obligatoirement être prévu une zone autour de l'aire de jeu (hors zone officielle) pour l'installation des panneaux publicitaires d'une hauteur de 80 cm sans que cela obstrue la ligne de vision des spectateurs.

##### 8.3.1.2. Le sol

Le tracé de handball est l'unique tracé sur lequel se déroulent les matchs officiels.

Le sol utilisé sera un sol fourni par le partenaire technique de la LNH.

Le choix du prestataire et le coût de location du sol revient à la LNH. La surface sera installée en coordination avec les intervenants techniques du prestataire. Le partenaire veillera à disposer des moyens humains et matériels nécessaires pour installer, entretenir et démonter le sol. Il devra fournir à ce titre au moins six (6) manutentionnaires chargés de l'installation et du démontage du sol.

Le partenaire veillera à proposer à la LNH un prestataire qui aura en charge le nettoyage de la surface de jeu chaque jour, en respectant les préconisations du fabricant (cf. Annexe 8). Il apportera un soin particulier lors du nettoyage final avant démontage du sol afin de supprimer toutes les traces de colle et salissures.

Le prestataire sera tenu pour responsable de toute dégradation du sol survenue lors du nettoyage de ce dernier directement par lui ou par le biais d'un éventuel délégataire.



### 8.3.1.3. Les buts

Deux buts devront être disposés et fixés sur l'aire de jeu conformément aux dispositions réglementaires en vigueur et notamment à l'article 145.3.1 des règlements généraux de la FFHB. Ces buts seront munis d'un filet blanc fixé avec des attaches non corrosives et d'un filet amortisseur (cf. Annexe 4) conformément à l'article 145.3.2 des règlements généraux de la FFHB.

Le partenaire devra prévoir au minimum un but ainsi qu'un filet blanc et un filet amortisseur blanc de secours. Ces équipements devront être conformes aux dispositions réglementaires en vigueur. Ils devront être stockés à proximité immédiate du terrain. Le partenaire devra prévoir un technicien disponible immédiatement pendant toute la durée de la compétition, en cas d'incident en lien avec les buts ou les filets. Ce technicien devra être en mesure de procéder immédiatement à un changement de but ou de filet à tout moment, pendant toute la durée de la compétition. Les filets blancs devront être en parfait état durant toute la durée de l'évènement.

### 8.3.1.4. Protection de l'Aire de jeu

Toute intrusion illégale de spectateurs doit pouvoir être empêchée afin d'assurer la protection des joueurs et des arbitres. Une main courante devra sécuriser l'ensemble de l'aire de jeu et la zone officielle.

### 8.3.1.5. La Zone officielle

La zone officielle est une zone réservée exclusivement aux bancs des équipes et à la table de marque. Elle est située à l'extérieur de l'aire de jeu. Réservée aux joueurs et officiels, elle est séparée du public par une main courante.

La dimension minimale de la zone officielle est de 15m de long sur 1m70 de large (cf. Annexe 4).

La dimension maximale de la zone officielle est de 18m de long sur 1m70 de large. La zone officielle, clairement délimitée, est séparée du public. Elle est strictement réservée aux joueurs et officiels.

### 8.3.1.6. La table de marque

Elle est située dans l'axe central de la zone officielle face à la ligne médiane entre les bancs des remplaçants. Une prise électrique, une prise téléphonique et un accès à l'Internet haut débit doivent être accessibles de la table de marque.

La table de marque sera d'une hauteur de 70cm et devra pouvoir accueillir au minimum :

- Le délégué ;
- Le secrétaire ;
- Le chronométrateur ;

La table de marque pourra être fournie directement par la LNH. Dans ce cas, cette information sera communiquée au partenaire au minimum 45 jours avant le début de l'évènement.

La COC désignera un chronométrateur et un secrétaire de table pour chaque rencontre. Leur prise en charge éventuelle (défraiement, hébergement, restauration) incombera à la LNH.

### 8.3.1.7. Statistiques

La table « statistiques » doit pouvoir accueillir au minimum 3 statisticiens de la LNH.

La position des statisticiens doit être centrée et en hauteur par rapport au terrain. Cette position doit permettre aux statisticiens de disposer d'une visibilité sur l'ensemble de l'aire de jeu, des bancs de touche et de la table de marque.

Deux prises électriques et deux accès à l'Internet haut débit (le débit minimum devra être de 15MB montant et de 30MB descendant) doivent être accessibles de la table « statistiques ». Le partenaire garantit à la LNH que l'exploitant de la salle garantira les débits précités pendant



l'évènement. Il mobilisera à ce titre, pendant l'évènement, un technicien chargé d'intervenir immédiatement en cas de baisse anormale du débit internet.

Par ailleurs, les statisticiens doivent disposer d'une imprimante et d'une photocopieuse pour la distribution des feuilles de matchs aux journalistes.

Les statistiques seront prises par trois statisticiens désignés par la LNH.

#### 8.3.1.8. Les bancs des joueurs

Les bancs doivent pouvoir accueillir 16 personnes par équipe. Ils doivent être sous forme de chaises solidarisées entre elles. Ces chaises propres, en bon état et libres de tout marquage publicitaire, sont placées dans l'alignement de la table.

#### 8.3.1.9. Les équipements techniques

##### Sonorisation

Une sonorisation de qualité est implantée sur l'installation pour la diffusion des messages parlés et de musique.

Si le dispositif présent n'est pas suffisant (puissance, acoustique, compatibilité de raccordements) la LNH demandera au partenaire de faire appel à un prestataire pour optimiser le système de sonorisation existant.

Une régie devra permettre le raccordement d'une station installée en bord de terrain permettant la diffusion de la programmation musicale, des interventions du speaker et des animations.

##### Installation électrique

Les salles doivent disposer d'un éclairage parfait, uniforme et non éblouissant, de jour comme en soirée, répondant aux exigences de retransmissions télévisées. La puissance minimale d'éclairage est de 1400 lux.

Le partenaire s'engage à fournir, dans le dossier de candidature, un relevé de mesure de l'éclairage de moins de 3 mois de la salle proposée. L'éclairage doit être uniforme sur tout l'espace de jeu évitant toute zone d'ombre. Le relevé de l'intensité lumineuse s'établit sur 14 points de l'espace de jeu mesuré à un mètre du sol. Pour un éclairage satisfaisant, le coefficient d'uniformité (C.U.) ne peut être inférieur à 0,7. Il se calcule en divisant le point minimal relevé, par la moyenne arithmétique des 14 points (cf. Annexe 4 fig. 5).

L'éclairage en configuration match sera mis en fonction au plus tard 60 minutes avant le début de la rencontre. Il restera dans cette configuration durant 30 minutes après la fin de la rencontre.

Le partenaire s'engage à ce que l'exploitant de la salle proposée puisse garantir une qualité d'éclairage optimale, notamment en remplaçant toute lampe défectueuse.

Une alimentation énergétique de secours est activée automatiquement et immédiatement en cas de défaillance de la source principale.

##### Tableau d'affichage et chronomètre

La salle sera équipée d'un tableau d'affichage correspondant à la réglementation en vigueur pour les salles de classe 1 du règlement fédéral.

L'exploitant de la salle proposée par le partenaire s'assurera du bon fonctionnement du tableau d'affichage, prévoira éventuellement une formation de l'opérateur et mettra en place l'affichage du nom des deux équipes sur le tableau d'affichage (locaux/visiteurs non admis). Le tableau d'affichage devra être relié à un mécanisme de buzzer électronique pour les temps morts.

L'exploitant de la salle proposée par le partenaire fera ses meilleurs efforts pour mettre en place un système permettant de visualiser les 2 minutes subies par chacune des équipes sur le tableau d'affichage (3 fois 2 minutes pour chaque équipe). En cas de défection du chronométrage officiel électronique, un chronomètre de secours sera utilisé. Ce chronomètre de secours est placé obligatoirement sur la table de marque.



La LNH pourra utiliser son propre système d'affichage et ne pas faire appel dans ce cas au système existant dans la salle. Cette information sera communiquée au partenaire par la LNH 60 jours minimum avant le début de la compétition.

L'exploitant de la salle proposée par le partenaire devra fournir deux chevalets par table de marque pour permettre de disposer le cas échéant :

- Fiche d'exclusion (faisant foi en cas de litige) ;
- Fiche temporaire joueur blessé.

#### 8.4 LE LOCAL LNH

L'exploitant de la salle proposée par le partenaire mettra à disposition des membres LNH chargés de l'organisation de la compétition un local propre et sécurisé. L'exploitant de la salle proposée par le partenaire remettra au représentant de la LNH à son arrivée au minimum 3 jeux de clés d'accès.

Ce local devra contenir le matériel et les services suivants :

- Dix tables (taille mini 140x60cms),
- Vingt chaises,
- Une imprimante / photocopieur WIFI couleur permettant l'impression du format A3,
- 5 ramettes A4 – 1 ramette A3,
- Un minimum de 10 prises électriques et 4 multiprises
- Un accès à internet (wifi, routeur avec 6 points de raccordement ou fibre). Le réseau internet sera indépendant de celui utilisé dans les espaces presse ou pour le contrôle d'accès billetterie. Le débit minimum devra être de 15MB montant et de 30MB descendant. Le partenaire mobilisera à ce titre, pendant l'évènement, un technicien chargé d'intervenir immédiatement en cas de baisse anormale du débit internet ;
- Un réfrigérateur
- Une cafetière électrique, des filtres, du café, du sucre, des eco cup réutilisables
- Des poubelles de tri sélectif (cartons/plastiques et ménagers)
- 1 point d'eau potable fraîche ou à température ambiante type fontaine à eau

**Il sera interdit de mettre à disposition des spatules (agitateurs café) et des gobelets jetables.**

Ce matériel sera installé et devra être opérationnel dès l'arrivée du personnel d'organisation, 72h avant le début de la compétition. Les appareils devront être raccordés au circuit électrique et/ou à l'internet. Ce local, durant la durée de la compétition et en cas de besoin, pourra être rendu accessible uniquement par les membres de la LNH.

Un état des lieux sera réalisé à l'entrée de la LNH dans les lieux ainsi qu'à l'issue de la compétition.

## 9. COMMUNICATION

La LNH prend en charge et assure la mise en place, l'aménagement, l'habillage et la gestion de l'ensemble des espaces dédiés à la presse et à la communication.

Le partenaire proposera à la LNH des prestataires susceptibles de pouvoir proposer des solutions techniques et logistiques de nature à pouvoir satisfaire les besoins de la LNH en la matière.



## 9.1 PLAN DE COMMUNICATION

Conformément au règlement de consultation, le partenaire s'engage à présenter à la LNH une proposition de plan de communication complet. Ce plan de communication devra débuter dès l'ouverture de la billetterie (au plus tard 10 semaines avant l'événement).

La LNH promotionnera également cet événement sur ces différents supports de communication (site internet, réseaux sociaux...) et éventuellement par l'intermédiaire de ses partenaires. Le candidat pourra se rapprocher des services de la Ligue afin d'étudier la complémentarité de son plan de communication avec les moyens mis en place par la LNH.

Le partenaire s'engage à respecter le plan de communication présenté dans son dossier de candidature et validé par la LNH. Toute modification du plan de communication devra avoir fait l'objet d'une validation préalable de la LNH.

Le partenaire a l'obligation de soumettre à la LNH, pour approbation, tous les supports de communication et de commercialisation relatifs à l'événement.

**Création de visuels :** la LNH prend en charge et assure la conception de l'ensemble des supports de communication média et hors médias nécessaires à la bonne mise en œuvre du plan de communication.

Elle fera figurer sur l'ensemble des supports de communication ses logos et ceux de ses partenaires, ainsi que, le cas échéant, les partenaires institutionnels du partenaire (maximum de 2 logos).

## 9.2 ACCREDITATION JOURNALISTES

La LNH a la charge de l'invitation, des relances et de l'accréditation des journalistes locaux et nationaux. Tous les journalistes et techniciens doivent être porteurs d'une accréditation (presse écrite, photographes, journalistes et techniciens des Radios et Télévisions) délivrée en coopération avec le syndicat de presse local désigné par le syndicat national de presse. La liste des journalistes accrédités sera communiquée au partenaire. La procédure d'accréditation s'effectuera à partir du site LNH en complétant le formulaire dédié à cette compétition.

Un contrôle de ces accréditations est indispensable. Ce contrôle doit s'effectuer à une entrée unique et spécialement réservée évitant aux Médias de se mêler au public et leur permettant un accès facilité à la Tribune de Presse et à la salle de Presse.

Le partenaire doit proposer à la LNH une ou plusieurs prestataires de nature à pouvoir assurer de la présence de personnels de sécurité en nombre suffisant afin de permettre le bon fonctionnement de l'accueil de la presse et des conditions de travail optimales (accueil parking /desk accueil, remises d'accréditations, chasubles, cadeaux / placement en tribune de presse / photocopies des feuilles de matches / sécurité permanente des affaires des journalistes en tribune de presse et salle de presse, etc.).

## 9.3 DOSSIER DE PRESSE ET COMMUNIQUES DE PRESSE

Le dossier de presse sera élaboré par la LNH. Le partenaire fournira les éléments demandés par la LNH (en particulier présentation de la localité, caractéristiques du handball local, présentation et/ou édito des personnalités locales).

Il devra pouvoir être envoyé au plus tard la veille de l'événement à l'ensemble de la presse nationale et locale et sera distribué sur place aux journalistes présents et mis en ligne sur le site internet dédié au Trophée des Champions.

Toute communication grand public opérée sur cet événement doit être réalisée par la LNH ou après accord de celle-ci.

### 9.3.1 *Points presse*



La LNH pourra organiser un ou plusieurs points presse la veille du début de la compétition et après les rencontres du Trophée des Champions. Ces points presse seront organisés dans le respect du règlement particulier Trophée des Champions.

### *9.3.2. Tribune de presse*

La tribune de presse doit être proche du terrain afin de permettre une bonne visibilité de la rencontre. Cette tribune de presse doit également être proche de la salle de presse mise à disposition des journalistes. La salle de presse est directement accessible de la tribune de presse, sans que les journalistes n'aient à se mélanger à un flux de spectateurs.

La tribune de presse est équipée :

- D'une place individuelle avec pupitre par journaliste accrédité ;
- D'une fontaine à eau pour permettre de remplir leurs propres contenants ;
- De lignes téléphoniques en fonction de la demande presse (à la charge des demandeurs) ;
- D'une prise électrique par journaliste accrédité ;
- D'un accès Internet par journaliste accrédité. A cet effet, le partenaire mettra en place un système Wifi permettant un accès dédié et s'assurera en amont de son bon fonctionnement notamment, d'un nombre suffisant de connexions supportables sans décrochage. Le débit minimum devra être de 15MB montant et de 30MB descendant. Le partenaire mobilisera à ce titre, pendant l'évènement, un technicien chargé d'intervenir immédiatement en cas de baisse anormale du débit internet

### *9.3.3. Zone mixte*

Un espace sur le trajet de retour aux vestiaires doit être disponible afin que les télévisions et les journalistes puissent interviewer les joueurs avant leur retour aux vestiaires. L'espace sera dimensionné en fonction de l'évènement. Il sera inaccessible au public et permettra de distinguer les différents types de médias (télévision, presse, radio).

### *9.3.4. Salle de conférence de presse/salle de presse*

La salle de presse devra être préservée des nuisances acoustiques (commentaires TV/radio/Speaker) et ne pas être au contact des différents salons VIP.

Elle devra se situer au plus près de la zone vestiaires et de la tribune de presse. Des casiers fermant à clé (minimum 20) devront figurer dans cet espace afin que les photographes et journalistes puissent y déposer leur matériel en toute sécurité.

Elle devra pouvoir accueillir un point de restauration pour les journalistes.

Elle devra comporter un accès à internet de qualité (débit minimum de 15MB montant et de 30MB descendant), une imprimante et une photocopieuse.

Elle devra pouvoir accueillir un espace « conférence de presse » comportant tables et chaises pour un maximum de 5 invités face à 25 chaises pour accueillir les journalistes.

Le partenaire doit proposer à la LNH une ou plusieurs prestataires de nature à pouvoir assurer de la présence de personnel en nombre suffisant afin de s'occuper de la gestion (sécurité, service et entretien) des espaces réservés à la presse.

### *9.3.5. Photographes*

Un espace photographe doit être prévu devant les filets de protection et derrière la panneautique. Cet espace sera pourvu d'au moins un banc (type Suédois ou similaire) installé du côté de la captation du plateau TV entre le point de corner et en arrière de la ligne de but. Les photographes et personnels œuvrant pour la télédiffusion devront être équipés de chasubles afin de permettre une meilleure identification.



Un espace, clairement délimité, leur sera réservé lors de chacun de protocole (présentation des équipes, remises de récompenses...).

#### 9.3.6. Equipements télévision

L'événement pouvant être produit pour une diffusion très large, les moyens de production similaires à une rencontre de Liqui Moly StarLigue télévisée sont à prévoir.

En fonction du plan de caméras défini par l'opérateur TV retransmettant l'événement et si la salle ne dispose pas de plate-forme de captation, ces emplacements seront définis par la LNH en relation avec l'opérateur.

Une aire régie devra être réservée par l'exploitant de la salle proposée par le partenaire à proximité directe de la salle. Cette aire sécurisée devra pouvoir accueillir à minima :

- Le car régie (semi-remorque avec soufflet d'une largeur totale de 6m) ;
- Un camion d'accompagnement (semi-remorque) ;
- Une camionnette de liaison satellite ;
- Quatre véhicules légers.

Les branchements suivants devront être disponibles dans la salle de compétition, à proximité immédiate de l'aire régie :

- 2x32 A triphasé (neutre + terre + type hypra ou P17) ;
- 2x16A monophasé (type hypra ou P17) ;
- Raccordement ADSL avec un débit minimum de 1 MB montant et de 5 MB descendant.
- 20m<sup>2</sup> à proximité du terrain pour y installer les personnels et les éléments techniques nécessaire à la production. Ce local devra être équipé de prises électriques.

## 10. PARTENARIATS – MARKETING

### 10.1 PLAN

Un dispositif panneautique LED, d'une longueur minimum de 80 mètres en face caméra, est installé dans la salle, en forme de U. (cf. schémas annexe 5 ; des besoins spécifiques d'alimentation électriques sont nécessaires).

### 10.2 IMPERATIFS TECHNIQUES

Le partenaire devra proposer à la LNH une solution technique et logistique relative aux impératifs techniques ci-après exposés. Les frais relatifs à la location et à l'installation du dispositif de panneautique LED seront à la charge la LNH. Le dispositif de panneautique LED devra présenter un pitch < ou égal à 8mm.

L'exploitant de la salle proposée par le partenaire mobilisera un technicien dans la salle au moins 90 minutes avant le début du Trophée des Champions et jusqu'à 30 minutes après la fin de la rencontre. Ce technicien devra être en mesure de créer les playlists demandées par la LNH et d'intervenir rapidement en cas de défaillance de la panneautique LED pendant le match.

### 10.3 PRINCIPES DE COMMERCIALISATION ET EXCLUSIVITE

Sauf accord de la LNH et accord express figurant au contrat conclu entre la LNH et le partenaire, toute opération de partenariat non prévue au sein du cahier des charges est interdite. En aucun cas, le partenaire ne peut céder des droits de communication à quelque tiers que ce soit sans l'approbation de la LNH.

Dans l'éventualité où le partenaire se soit vu confier la délégation de la commercialisation du programme hospitalités et des partenariats marketing locaux, le partenaire soumettra la



proposition de partenariat à la LNH, notamment pour éviter des problèmes légaux ou contractuels entre les annonceurs proposés par le partenaire et ceux de la LNH.

En aucun cas, le partenaire ne pourra proposer ou signer de partenariat incluant une exclusivité sectorielle sans l'accord de la LNH.

Le partenaire prendra à sa charge le cas échéant, les éventuels frais techniques liés à la commercialisation des espaces de visibilité et les éventuels coûts de revient des prestations de relation publique.

#### 10.4 VISIBILITE HORS CHAMP DE CAMERA

Dans l'éventualité où le partenaire se soit vu confier la délégation de la commercialisation du programme hospitalités et des partenariats marketing locaux, le partenaire aura la possibilité de commercialiser des espaces de visibilité hors champ de caméra dans les conditions suivantes :

- Les emplacements n'entrent pas dans le balayage du champ des caméras (plan large et caméra opposée) ;
- Les espaces exploitables auront été identifiés par la LNH lors de la visite de l'enceinte ;
- La dimension et la matière des supports exploitables devront recevoir l'approbation de la LNH ;
- Le prix de commercialisation du support sera défini par la LNH, en concertation avec le partenaire ;
- La liste des sociétés prospectées devra recevoir l'approbation de la LNH. La LNH s'autorise notamment, le droit de s'opposer à certaines démarches commerciales auprès de sociétés impliquées dans un secteur d'activité, y compris les médias, déjà préempté par les partenaires de la LNH ;
- 50% du dispositif déployé est réservé aux visuels de la LNH et de ses partenaires.

Toute implantation, malgré les précautions prises, d'une marque ou logo non-partenaire de l'épreuve, devra être déposée ou recouverte immédiatement par le partenaire et ou l'exploitant de la salle.

#### 10.5 VISIBILITE DANS LE CHAMP DE LA CAMERA

##### *Partenariats institutionnels et commerciaux*

Par principe, seul la LNH est habilitée à commercialiser des espaces de visibilité dans le champ de la caméra à des partenaires commerciaux.

Cette commercialisation pourra se faire directement par la LNH ou par le biais de ses agences. Les recettes liées à la commercialisation de ces espaces reviendront intégralement à la LNH. Le plan-type en annexe 5.1) présente les espaces publicitaires visibles dans le champ de la caméra.

Par dérogation à ce principe, le partenaire pourra également céder des espaces de visibilité dans le champ de la caméra à des partenaires commerciaux et institutionnels locaux, dans les conditions suivantes :

- Dans la limite des espaces disponibles présentés en annexe 5.2) ;
- Après accord de la LNH ;
- Dans le respect des principes de commercialisation définis à l'article 6.1.3 du présent cahier des charges.

On entend par partenaire institutionnel toute entité ayant une mission de service public.

Le partenaire proposera dans son dossier de candidature une répartition des recettes liées à la commercialisation de ces dispositifs entre lui et la LNH.

Le contenu et les prix de vente de l'intégralité des dispositifs de partenariats commerciaux et institutionnels seront définis par la LNH et seront mentionnés dans le contrat avec le partenaire.



## 10.6. ORDRE D'APPARITION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

La LNH détermine seule l'ordre de l'apparition des messages publicitaires. Elle déterminera notamment les messages visibles :

- A la prise d'antenne de la télévision,
- Au coup d'envoi de la 1ère mi-temps,
- Au coup d'envoi de la 2ème mi-temps,
- Au moment des cérémonies de fin de match.

## 11. BILLETTERIE / BUVETTE / CATERING GRAND PUBLIC

### 11.1 GRAND PUBLIC

#### 11.1.1 *Commercialisation*

Le partenaire proposera le plan et les modalités de commercialisation de la billetterie grand public (planning, tarifs, volumes visés, outil digital utilisé...) sous les conditions suivantes :

- L'utilisation obligatoire d'un système de billetterie informatisé pour l'ensemble de la billetterie de l'évènement.
- Un système de zonage permettant une segmentation de l'offre billetterie par jour et en pack deux jours, par zone (arrière de but, Tribune haute et basse, ...).
- La mise en place d'une billetterie dématérialisée et une commercialisation des places grand public, via :
  - o La vente en ligne sur le site Internet de la LNH avec la mise à disposition de l'exploitant de la salle via le prestataire d'une procédure d'achat web en page blanche aux dimensions d'intégration définies dans le document « intégration web LNH » transmis sur demande.
  - o La vente en ligne sur le site internet du partenaire avec le déploiement d'un espace web dédié à l'évènement,
  - o L'intégration et l'affectation de jauges de tickets vers les réseaux France Billet, Ticketmaster, ou Digitick.... (au minimum 2),
- Un calendrier de mise en vente des tickets dans les points de vente traditionnels au guichet ou dans les relais partenaires.

La LNH assume l'entière responsabilité de ce volet. Dans le cas où le partenaire ne disposerait pas d'un système de billetterie dématérialisé, la LNH pourra proposer son prestataire.

Par ailleurs, le Partenaire et la LNH feront leurs meilleurs efforts pour multiplier les points de ventes à distance (clubs locaux, comité départemental, ligue régionale et partenaires locaux pour le partenaire, clubs de Liqui Moly StarLigue et de ProLigue, et partenaires pour la LNH).

La LNH assurera la mise en place d'un dispositif permettant au partenaire de faire remonter des données à la LNH sur l'état des ventes, la localisation des clients, les différentes segmentations, campagnes promotionnelles et leurs effets sur la vente de billets. Ce dispositif devra être utilisé par le partenaire qui transmettra ces données à la LNH chaque vendredi depuis la semaine de l'ouverture de la vente de la billetterie puis chaque jour à partir de J-10.

Le partenaire fera approuver par la LNH le prix de vente des billets. Un tarif « supporters » devra être élaboré permettant aux clubs de supporters des équipes qualifiées de proposer des packs à des tarifs préférentiels. Au minimum 100 places par club seront réservées à cet usage jusqu'à 8 jours avant la manifestation. La LNH décide seule des visuels figurant sur les billets des rencontres, quels que soient les supports utilisés (print, électronique, etc).

Les cartes d'accès LNH et/ou FFHB ne donnent pas accès gratuitement à cette compétition.



Les places suivantes ne pourront être ouvertes à la commercialisation :

- 10 places derrière les bancs de touche notamment pour le médecin de la rencontre, le responsable sécurité et les membres du staff des équipes évoluant sur le terrain ;
- 44 places en tribune principale pour l'ensemble de la délégation des 2 équipes n'évoluant pas sur le terrain, afin qu'elles puissent suivre les rencontres des équipes adverses. Ces places devront être séparées des places grand public et avoir un accès sécurisé et indépendant de celui du grand public.

#### **11.1.2. Base de données**

La base de données, provenant de la commercialisation des tickets d'entrée aux rencontres du Trophée des Champions devra être communiquée par le partenaire et l'exploitant de la salle à la LNH. A ce titre, le partenaire s'engage à transmettre le contenu de ces bases de données à la demande de la LNH avant la fin l'édition du Trophée des Champions. Cette base de données contient les informations suivantes relatives aux acheteurs de tickets d'entrée :

- Nom, Prénom ;
- Sexe ;
- Code postal ;
- Adresse Email ;
- Numéro de téléphone mobile.

Le partenaire devra s'assurer, lors de la commercialisation des tickets d'entrée aux rencontres du Trophée des Champions, que les données personnelles du client puissent être utilisées par la LNH et ses partenaires, lorsque ce dernier a expressément consenti à l'utilisation de ses données personnelles à des fins commerciales.

Les informations recueillies font l'objet d'un traitement destiné à : La Ligue Nationale de Handball - [cnih@lnh.fr](mailto:cnih@lnh.fr) pour la finalité suivante : envoi de mailing des actualités de la LNH.

Les destinataires de ces données sont : Ligue Nationale de Handball

Les clients bénéficient d'un droit d'accès, de rectification, de portabilité, d'effacement de leurs informations ou une limitation du traitement.

Dans le cas où une personne souhaiterait s'opposer au traitement des données la concernant, elle dispose du droit de retirer son consentement à tout moment en s'adressant à : [cnih@lnh.fr](mailto:cnih@lnh.fr)

#### **11.2 BUVETTES ET POINTS DE RESTAURATION**

La LNH pourra contracter avec le prestataire « buvettes et restauration » de son choix.

Le partenaire pourra cependant proposer à la LNH toute forme de collaboration avec les acteurs locaux afin de déterminer les meilleures conditions de collaboration et de déterminer les meilleures prestations « buvettes et restauration » possibles ainsi que les modalités de répartition des revenus entre le partenaire et la LNH.

#### **11.3 FAN-ZONE**

La LNH pourra faire appel au partenaire pour réaliser une zone d'exposition d'une surface de 50m<sup>2</sup> à l'extérieur et/ou à l'intérieur du complexe.

Un cahier des charges précis sera fourni au partenaire après repérage du site et recueil des contraintes qu'il aura exprimées.

Les coûts de montage et démontage de cette zone d'exposition seront en principe à la charge de la LNH. Cet espace sera principalement mis à disposition des partenaires de la LNH.

#### **11.4 MERCHANDISING**

L'exploitant de la salle proposé par le partenaire mettra à disposition de la LNH un espace couvert d'environ 50 m<sup>2</sup> afin d'y placer la boutique de la LNH. Cet espace couvert sera placé à proximité de l'entrée grand public si ce n'est dans l'enceinte de la salle.



L'ensemble du mobilier, des aménagements et du personnel nécessaire au fonctionnement de ces espaces seront en principe à la charge de la LNH. Sauf accord particulier, les recettes merchandising sont à l'entier bénéfice de la LNH.

## 11.5 ACCREDITATIONS ET INVITATIONS

Les accréditations, exclusivement élaborés et édités par la LNH, sont mises à disposition des joueurs et du staff de chaque équipe. Elles permettent aux joueurs et aux staffs de chaque équipe d'accéder à la zone vestiaire et terrain, à une place en tribune principale réservée lorsque son équipe ne joue pas (en cas de match d'ouverture par exemple). Les invitations seront mises à disposition du club le 1<sup>er</sup> jour de son arrivée.

Les accréditations et invitations seront remises selon les modalités suivantes :

### Chaque équipe participante :

- 22 accréditations pour le staff et les joueurs (comprenant un accès au VIP) ;
- 22 places famille en tribune principale.

### La Ligue Nationale de Handball :

- 75 places en tribune VIP avec 25 places de parking minimum ;
- 75 places en tribune principale.

### Les arbitres et officiels de tables (chronométrateur, secrétaire, délégué fédéral et arbitres) :

- Une accréditation (accès VIP) et une invitation en tribune principale par personne.

### Les statisticiens :

- Une accréditation (accès VIP) et une invitation en tribune principale par personne.

### Les membres du Comité d'Organisation :

La liste des besoins en ressources humaines est arrêtée au plus tard à J-45 de l'évènement. Elle est établie par la LNH en collaboration avec le Comité d'Organisation. Elle est construite à partir de l'évaluation des besoins de ressources dans l'ensemble des domaines, qu'ils soient gérés par le partenaire ou par la LNH.

## 12. HOSPITALITES – RELATIONS PUBLIQUES

### 12.1 ESPACES VIP

Par principe, la LNH prend à sa charge et effectue l'accueil des VIP, la mise en place, l'aménagement, l'habillage et la gestion de l'ensemble des espaces réceptifs, mais également des tribunes VIP et officiels. Par dérogation à ce principe, le candidat peut proposer dans son dossier de candidature, de prendre en charge tout ou partie de ces missions.

L'espace principal de réception doit permettre d'accueillir au minimum 250 personnes à chaque session.

Sur proposition du partenaire, la LNH effectue notamment le choix du dispositif (et en particulier la mise en place ou non de différents niveaux de salons VIP, le choix du traiteur). La LNH prend en charge l'ensemble des frais afférents à la prestation de celui-ci.

Il revient au partenaire de s'assurer vis-à-vis de l'exploitant de la salle de la disponibilité du ou des espaces VIP. Les espaces mis à disposition devront faire l'objet d'un inventaire de mobilier. Ces espaces devront, sauf demande contraire de la LNH, être proposés vides et au minimum 48h avant le début de la compétition.

L'accès à ces espaces devra être sécurisé et géré par le système de contrôle d'accès de l'exploitant de la salle. Le nombre de points de contrôle et les ressources humaines nécessaires à cette mission seront décidés lors de visite de l'équipement préalable au choix du comité directeur.



Le dispositif mis en place (et en particulier la mise en place ou non de différents niveaux de salons VIP, le choix du traiteur) devra respecter au minimum les critères suivants :

- Le salon VIP est ouvert à l'ensemble des invités au moins 45 minutes avant le début du match ;
- Le salon VIP est ouvert à l'ensemble des invités au moins 30 minutes après la fin du match ;
- La superficie du salon VIP est au minimum de 1 m<sup>2</sup> par VIP présent.

Une prestation de traiteur professionnel est réalisée au sein du salon VIP avant et après les matchs :

- Un service boisson est réalisé et les boissons sont proposées à discrétion (comprenant les trois éléments cités ci-dessous). Le service est réalisé dans la verrerie adéquate à la boisson :
- Boissons alcoolisées (champagne et/ou crémant et/ou vin et/ou bières et/ou équivalent) ;
- ET eau (plate et/ou Gazeuse) ;
- ET soda et jus de fruits.

Un service de restauration est réalisé, comprenant au minimum :

- 3 pièces salées par personne en avant match ;
- 2 pièces salées, 1 plat chaud et 3 pièces sucrées en après match ;
- Un service à table (et/ou mange debout) et à la personne est réalisé par le traiteur ;
- Un minimum de 10 tables et/ou mange debout est installé au sein du salon VIP.

L'ensemble des tables et/ou mange debout sont recouverts de nappes (les nappes ne sont pas obligatoires si la table et/ou le mange debout répond aux normes fixées par le Règlement (CE) n°1935/2004 du Parlement Européen).

Les repas doivent être préparés avec des fruits et légumes de saison, l'origine des produits doit être la plus locale possible. La vaisselle doit être biodégradable et/ou réutilisables.

Une fontaine à eau doit être mise à disposition.

Des tables et/ou mange debout sont réservés au nom de l'entreprise à partir de 4 invitations VIP :

- Une signalétique associée est déposée sur la table et/ou mange debout réservé ;
- Un plan de table est disponible à l'entrée du salon VIP pour accompagner les invités vers leurs tables ;
- Des hôtesse professionnelles sont présentes pour les invités VIP : ratio de 1 hôtesse pour 100 VIP (hors service et sécurité) ;

Le parcours VIP dispose d'une signalétique entre l'accueil VIP et la tribune VIP, ainsi qu'entre la tribune VIP et le salon VIP. La signalétique doit répondre aux critères suivants :

- La signalétique est fléchée ;
- La signalétique est intuitive et visible par tous ;
- La signalétique est imprimée si besoin, sinon les supports doivent être réutilisés ;
- La signalétique est au minimum de format A4 ;
- La place VIP est numérotée et se situe en tribune de la meilleure catégorie ;
- Un vestiaire gratuit est à disposition des invités.

## 12.2 INVITATIONS ET ACCUEIL DES VIP

La LNH prend en charge et organise l'accueil des VIP lors de cette manifestation, ainsi que la mise en place de la signalétique dédiée.

## 12.3 COMMERCIALISATION DES PRESTATIONS DE RELATIONS PUBLIQUES

La LNH élaborera et commercialisera des prestations de relations publiques comprenant notamment :

- Une place en tribune VIP ;
- Un accès aux salons VIP ;
- Une place de parking, en fonction des disponibilités (un minimum de 50 places de parking réservées à la LNH et ses partenaires).



La LNH cédera à titre gratuit au partenaire 20 prestations de relations publiques dont 10 comprenant une place de parking et une invitation à un éventuel déjeuner ou une éventuelle soirée de gala. Sur demande du partenaire des prestations VIP supplémentaires pourront être cédées à partenaire par la LNH. Dans ce cas, ces prestations seront cédées à leur prix de revient comprenant : les frais relatifs à la nourriture, la boisson, au service traiteur, aux hôtes(ses), aux cadeaux et goodies.

### 13. ANIMATIONS – PROTOCOLES

#### 13.1 ANIMATIONS LORS DES RENCONTRES

La LNH est seule en charge du choix, de la mise en œuvre des animations lors de cet événement.

La LNH choisira notamment les shows produits autour du spectacle sportif, les animations proposées au grand public et VIP, l'animateur de la rencontre. Il revient au partenaire de faire des propositions d'animations pouvant être mises en place au cours de l'événement. Il revient également au partenaire de s'assurer de la présence de personnels de sécurité en nombre suffisant afin de permettre le bon déroulement des animations.

#### 13.2 MESSAGES PARLES ET ANIMATIONS

Le partenaire s'engage à informer la LNH des messages qu'il souhaite faire diffuser par l'animateur au plus tard 8 jours avant l'événement. La LNH pourra s'opposer à la diffusion de ceux-ci, notamment en cas de conflit de partenaires.

Le partenaire s'engage à ce que l'exploitant de la salle proposée prévoie et prenne en charge l'installation d'une sonorisation de bonne qualité et qui devra comporter trois micros HF. Cette installation doit s'effectuer au minimum la veille du début de la compétition.

Le partenaire s'engage à ce que l'exploitant de la salle proposée s'assure de la maintenance de cet équipement tout au long de la compétition et de la présence d'une personne en charge de son fonctionnement.

#### 13.3 PROTOCOLES

La LNH est seule responsable de la mise en place des protocoles d'avant match, d'après match et de remise des trophées. Elle définira entre autres les ressources humaines nécessaires afin de permettre le bon déroulement des différents protocoles.

Le partenaire devra s'assurer de la présence de ressources humaines nécessaires au bon déroulement des différents protocoles. Une répétition générale sera organisée avant l'événement.

Le partenaire fournira les éléments du podium (8 modules type praticable 2mx1m) réglables en hauteur 0,40 et 0,60m, nécessaires à la remise protocolaire du trophée.

### 14. SECURITE

Le partenaire s'engage à ce que l'exploitant de la salle proposée soit en conformité avec les prescriptions de sécurité légales et réglementaires édictées, d'une part, par les pouvoirs publics et d'autre part, par les instances compétentes de la FFHB et de la LNH. A ce titre, Le partenaire s'engage à ce que l'exploitant de la salle proposée se conforme au Cahier des charges sécurité de la LNH.

Il fournira les points d'implantation des défibrillateurs installés dans l'enceinte et à l'extérieur proche de l'enceinte notamment pour intégrer cette information dans le dossier d'organisation.

### 15. MEDICAL



### 15.1 INFRASTRUCTURES MEDICALES (HORS CONTROLE ANTIDOPAGE)

L'enceinte sportive devra impérativement comprendre au minimum :

- Un défibrillateur conforme aux normes en vigueur
- Une infirmerie pour le public (facilement accessible depuis les tribunes)
- Un local réservé aux soins médicaux :
- Ce local devra comprendre au minimum :
  - o Mobilier :
    - 1 table d'examen,
    - 1 lampe forte,
    - 1 table,
    - 1 chaise,
    - 1 armoire fermée à clefs,
    - Des containers destinés à la récupération des déchets souillés et des aiguilles usagées.
    - (Un container pour les déchets souillés devra également être présent au bord du terrain, à proximité des bancs de touche).
  - o Matériel médical :
    - Matériel de suture à usage unique,
    - Matériel d'oxygénothérapie,
    - Attelles diverses (membre inférieur, membre supérieur), collier cervical, cannes anglaises,
    - Un dispositif (type machine à glace) permettant de couvrir les besoins en glace des équipes sur l'ensemble de la compétition.
  - o Matériel non-médical :
    - Un point d'eau,
    - Un WC séparé

### 15.2 ENCADREMENT MEDICAL DE LA COMPETITION

#### *15.2.1. Le médecin officiel de la compétition*

Le médecin officiel de la compétition sera désigné et pris en charge par la LNH.

Ce médecin, ne pouvant pas officier pour l'une des équipes participantes, doit être titulaire :

- Du diplôme d'Etat de docteur en médecine et
- De l'un des diplômes et/ou expériences suivants :
  - o Capacité en médecine du sport ;
  - o C.E.S. de médecine du Sport ;
  - o D.E.S.C. (Diplôme d'Etudes Spéciales Complémentaires) ;
  - o D.U. de traumatologie du sport ;
  - o C.E.S. ou D.E.S. de rééducation fonctionnelle ;

Ou d'une expérience de plus de 3 ans au service d'une équipe nationale ou dans un club de première ou deuxième division, s'agissant des sports collectifs.

Les missions du médecin de la compétition sont les suivantes :

- Assister l'encadrement médical des équipes en cas d'urgence (ex : hospitalisation nécessaire d'un joueur, etc.),
- D'une manière générale, procurer une assistance médicale à toute personne présente dans l'enceinte sportive ;
- Elaborer, mettre en place et coordonner tout le dispositif médical durant la compétition (incluant le service d'évacuation d'urgence).

#### *15.2.2. Le service d'évacuation d'urgence*

Le partenaire proposera à la LNH un ou plusieurs prestataires de nature à garantir un dispositif d'évacuation d'urgence. Ce dispositif comprend les éléments suivants :



- Un brancard, disposé à proximité de l'aire de jeu et pouvant être utilisé à tout moment de la rencontre ;
- Un véhicule équipé en matériel médical d'urgence, pouvant apporter un secours et les gestes d'urgence vitale aux blessés, doit être disponible pendant toute la rencontre
- Des secouristes, dont le nombre sera fixé selon les modalités du référentiel national ;
- Le véhicule d'urgence devra être en place au minimum 1h30 avant le début de la rencontre.
- La LNH contractualisera avec le ou les prestataires retenus.

### 15.3 CONTROLE ANTIDOPAGE

La liste des méthodes et substances interdites dans le cadre de la lutte contre le dopage humain sont disponibles sur le site de l'agence française de lutte contre le dopage : [www.afld.fr](http://www.afld.fr).

#### 15.3.1. *Local de contrôle antidopage*

Le partenaire s'engage à ce que l'exploitant de la salle proposée prévoie un local réservé au contrôle antidopage. Cette pièce où le matériel de prélèvement sera déposé, devra fermer à clé.

Ce local devra comprendre :

- Un bureau, une table et au minimum deux chaises ;
- Bouteilles d'eau plate et 6 bouteilles d'eau gazeuse conditionnées dans des bouteilles en verre ;
- Un mini-réfrigérateur si possible ;
- Une salle d'attente contiguë permettra d'accueillir les athlètes convoqués et leurs accompagnants dans des conditions minimums de confort (sièges, lecture, boissons non alcoolisées en bouteilles capsulées) ;
- Des sanitaires attenants si possibles, permettant au médecin de s'isoler avec le sportif pour le recueil d'urine, comportant des WC indépendants, un lavabo, une douche avec les accessoires habituels (papier, savon, serviette).
- L'accès sera contrôlé, réservé aux sportifs et aux personnes habilitées à les accompagner.
- Un fléchage permettra une localisation facile.
- Le plan type du local de contrôle anti-dopage figure en annexe 6 du présent cahier des charges.



### 15.3.2. « Escortes antidopage »

La LNH désignera un responsable « Anti-Dopage et Escortes ». Celui-ci sera chargé de prévoir autant de personnes que nécessaires, dans l'hypothèse où l'Agence Française de Lutte contre le Dopage (AFLD) diligenterait le contrôle antidopage d'un ou plusieurs joueurs, soit un(e) escorte par joueur. Ces personnes (hommes majeurs uniquement) devront être mobilisables sans délai, afin d'escorter les joueurs contrôlés. Chaque joueur contrôlé devra pouvoir bénéficier d'un(e) escorte.

Le responsable « Antidopage et Escortes » s'assurera également que le local antidopage est conforme au présent cahier des charges.

## XVI. ANNEXES

### 1. ANNEXE 1: BUDGET DU CANDIDAT ET GARANTIES FINANCIERES POUR LA LNH

Le candidat adressera à la LNH dans le cadre de sa candidature un budget réalisé sur la base d'une matrice fournie par la LNH.

La réponse du candidat doit notamment comporter les éléments suivants :

- Budget détaillé des prestations sollicitées par la LNH relatives :
  - o Aux coûts de mise à disposition de la salle ;
  - o Aux éventuelles charges de personnel du candidat liées à l'assistance à l'organisation ;
  - o Aux coûts afférents aux charges d'hôtellerie et de restauration prévues par le présent cahier des charges ;
  - o Aux coûts afférents à la logistique et aux transports prévus par le présent cahier des charges ;
  - o Aux éventuels coûts non prévus par le présent cahier des charges et lui semblant pertinents ;
  - o Au schéma de rémunération envisagé dans l'éventualité où le candidat souhaite commercialiser le programme d'hospitalité au niveau local et trouver pour le compte de la LNH des partenaires locaux ;
- Garanties financières de produits pour la LNH, relatives notamment :
  - o Au soutien financier des collectivités locales à l'organisation de l'évènement ;
  - o A la vente de billetterie, publique ou relative aux hospitalités ;

Par ailleurs, le candidat adressera à la LNH un compte de résultat définitif dans un délai de 60 jours suivant l'évènement un compte de résultat définitif de l'évènement.



## 2. ANNEXE 2 : MOYENS HUMAINS A METTRE EN ŒUVRE

### Nombre et qualification des intervenants

Le partenaire s'engage à fournir un nombre de personnes suffisant pour la bonne réalisation de ses missions prévues au sein du présent cahier des charges.

Le partenaire devra fournir à la LNH, au minimum un mois avant le début de la compétition, une liste nominative des personnes participant à l'organisation. Le partenaire s'assurera que les personnes désignées disposent des qualifications nécessaires à la réalisation de leurs tâches. La LNH pourra demander au partenaire de fournir des personnes supplémentaires dans le cadre de l'organisation de cet événement, dans un délai minimum de 8 jours avant le début de la compétition.

Les postes de « serpilleros » devront être tenus par 4 personnes âgées de plus de 16 ans qui seront chargées d'essuyer la transpiration sur le sol, à l'aide d'un matériel adéquat. Si une deuxième rencontre est organisée en marge du trophée des champions, Une équipe de 4 serpilleros ne pourra enchaîner deux rencontres dans la même journée. Le partenaire désignera un référent « serpilleros ». En collaboration avec le référent LNH en charge du plateau sportif, le référent serpilleros sera chargé d'accueillir les serpilleros, de leur donner la dotation, de leur rappeler les horaires de mise en place, de leur expliquer leur mission et de les accompagner aux différents points de mise en place.

### Répartition des intervenants

Le partenaire fournira un organigramme détaillé des personnes chargées de coordonner l'organisation de cette compétition au niveau local (identités et missions des différents membres du comité d'organisation local).

Cette liste devra énumérer de manière exhaustive les différents postes qui seront créés pour la compétition, les disponibilités requises ainsi que les tâches à accomplir. Voici quelques exemples non limitatifs de postes devant être tenus par le prestataire :

- 2 référents équipes
- 1 référent arbitres & délégués
- 1 référent médical
- 1 référent serpilleros
- 4 serpilleros
- 2 assistants plateau sportif
- 6 assistants presse (en charge de l'accueil, la remise des accréditations, de la tribune de presse, photographes, panneau d'interview...)
- 6 assistants animation

Mais aussi :

- Un service de sécurité ;
- Une équipe de maintenance des équipements techniques comprenant au minimum un électricien, un technicien qualifié pour le raccordement des éléments digitaux, un plombier chauffagiste, un agent d'entretien. Elle sera chargée d'intervenir immédiatement et efficacement en cas de défectuosité d'un ou plusieurs équipements techniques des installations sportives ;

### Équipements des intervenants

Sauf si la LNH, en fonction de ses accords, fournit ces équipements, le partenaire s'engage à fournir aux personnes œuvrant lors du Trophée des Champions des équipements permettant une reconnaissance visuelle de leur qualité d'Organisateur (tee-shirts notamment).



Ces équipements devront comporter le sigle LNH, le nom et le logo de la compétition et son millésime. Ces équipements pourront comporter le logo du partenaire. Le BAT sera soumis à la LNH, pour validation.

#### Réunion avec la Ligue Nationale de Handball

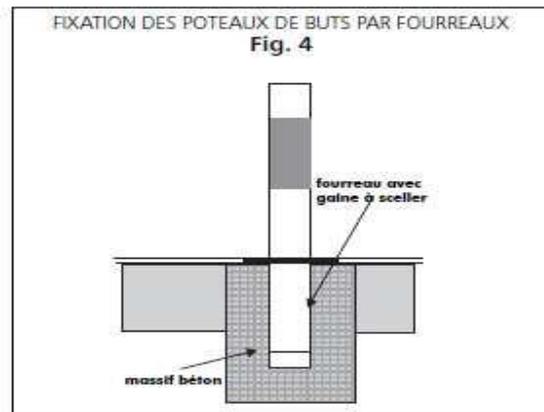
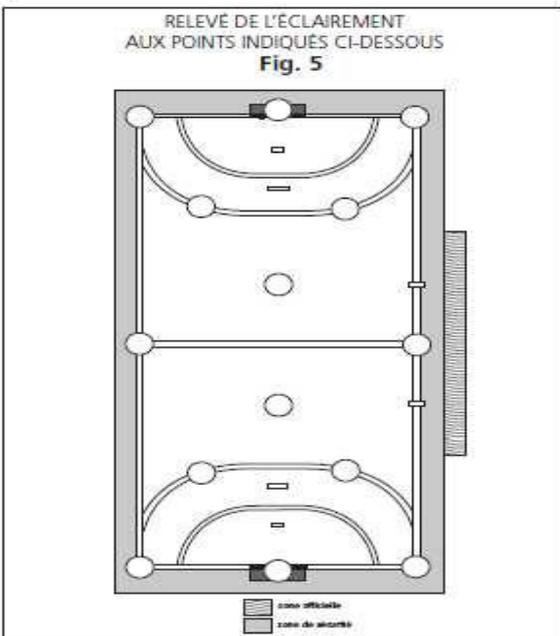
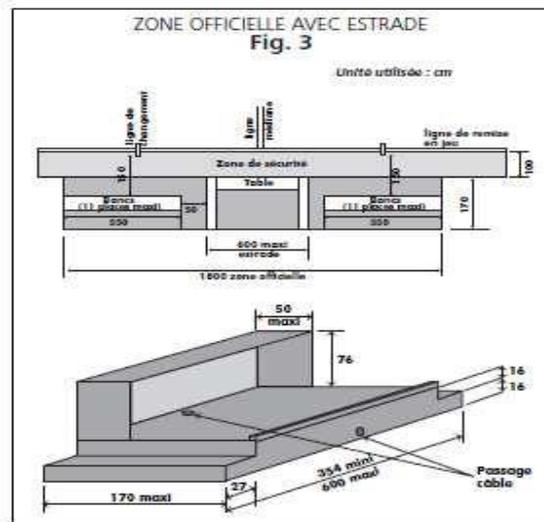
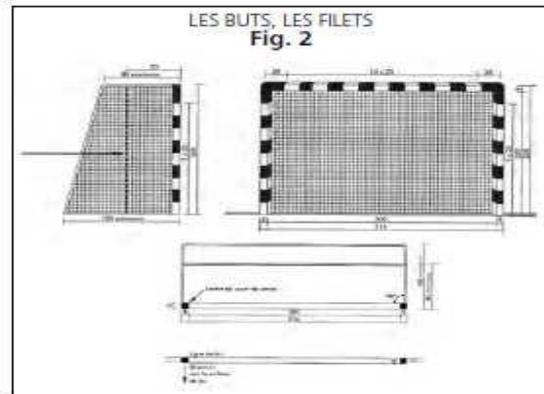
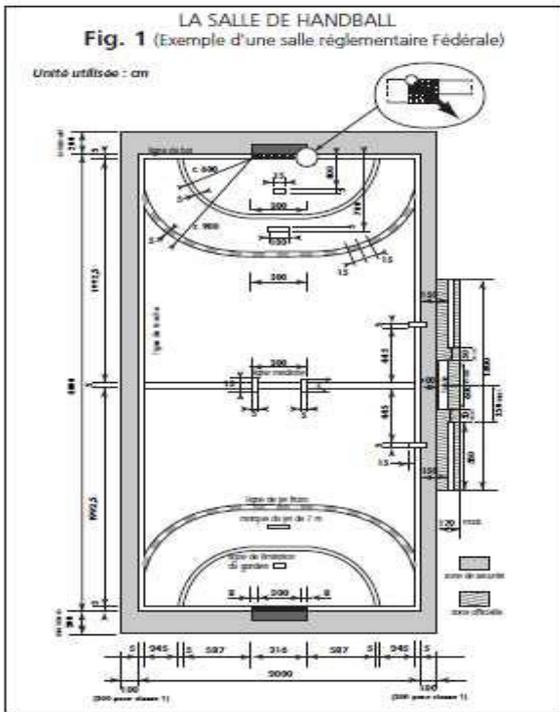
L'ensemble des intervenants devra se rendre disponible pour une réunion de présentation qui se tiendra la veille de la compétition avec les représentants du partenaire et des membres de la Ligue Nationale de Handball.



### 3. ANNEXE 3 : SALLE - EXIGENCES LNH

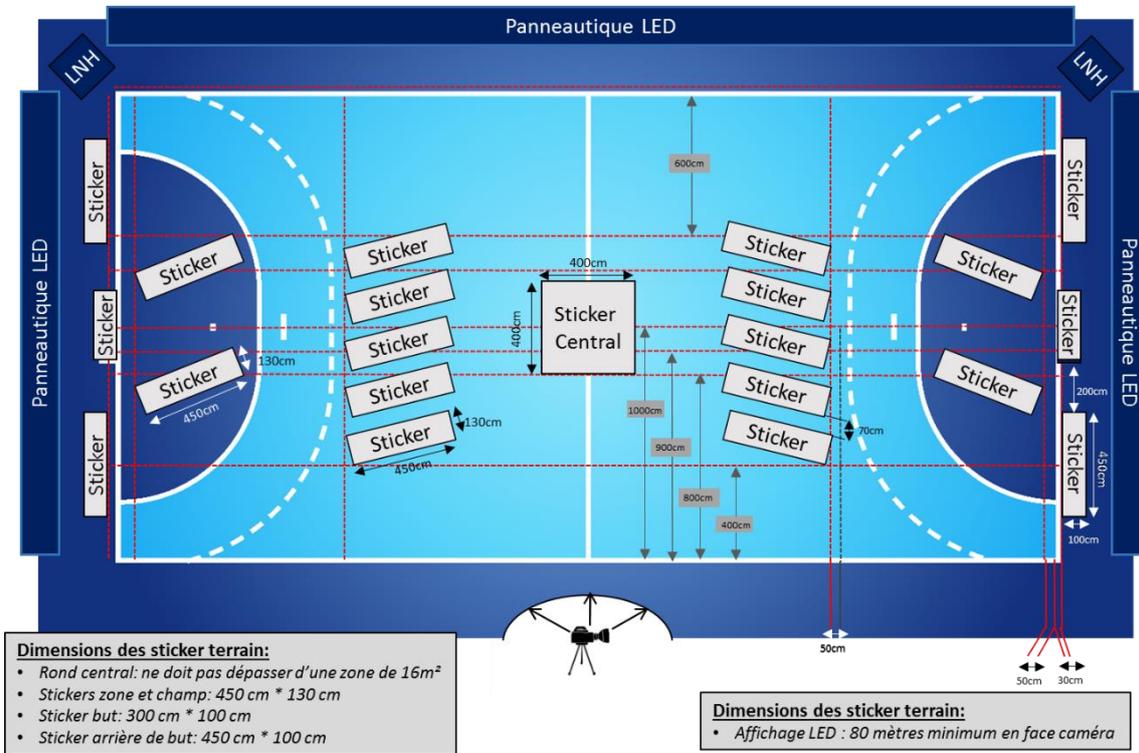
Espace de jeu	40*20
Espace d'évolution	44*24 (44*22 obligatoire)
Zone officielle	18*1,70
Nature du sol	Label FFHB – <b>Tracé unique HB</b> -
Nature du support	Suivant normes en vigueur
Hauteur sous plafond	7m au-dessus de l'espace de jeu (tracé)
Eclairage minimum	1400 lux
Buts	Suivant normes en vigueur
Filets	Blancs - Suivant normes en vigueur
Filets amortisseurs	Blancs - Obligatoires
Table officielle	Obligatoire
Estrade	Obligatoire
Tableau d'affichage	Obligatoire
Main courante tribune/aire de jeu	Obligatoire
Tribunes	2 minimum, face à face – <b>Traitement Arrière de</b>
Nombre de spectateurs assis	2500 minimum
Vestiaires joueurs	4*16 places
Vestiaires arbitres	2*3 places
Douches	4*10 places
Chauffage / température optimale	16°
Tribune ou emplacement presse équipée	Obligatoire
Salle de presse équipée	Obligatoire
Emplacements caméra TV	Obligatoire
Locale infirmerie équipé	Obligatoire
Local contrôle anti-dopage équipé	Obligatoire
Téléphone d'urgence	Obligatoire
Secrétariat officiel	Obligatoire
Local billetterie	Obligatoire
Salle de réception	Obligatoire

#### 4. ANNEXE 4 : LE TERRAIN DE HANDBALL



## 5. ANNEXE 5 : PLANS DE LA REGIE PUBLICITAIRE

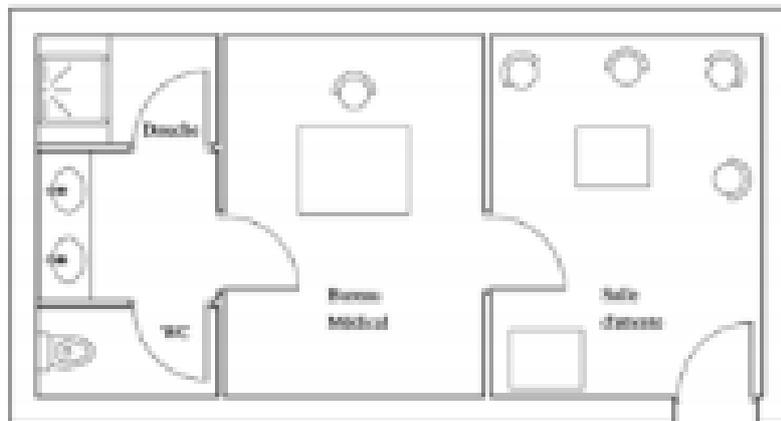
### Plan-type



### Répartition des espaces de visibilité dans le champ de la caméra

6. ANNEXE 6 : PLAN-TYPE D'UN LOCAL DE CONTROLE ANTI-DOPAGE

Le détail du descriptif se situe au point IX (Médical).





## 7. ANNEXE 7 : PODIUM DE REMISE DU TROPHEE

La Ligue Nationale de Handball souhaite apporter un soin particulier à sa cérémonie de remise dans une formule calibrée. Plusieurs éléments matériels sont à fournir par le partenaire :

- 6 praticables 2mX1m à hauteur réglable 20/40/60/80 cm

Un praticable est un plateau de dimensions variables (en général 2 m X 1 m) et souvent réglable en hauteur. Seuls sont autorisés les praticables NFP 06 001 supportant 500 kg/m<sup>2</sup>. Leur ossature sera de catégorie M3. (CCH AM17). Ces praticables s'installent en quelques minutes sans outillage et leur poids permet de déplacer chaque élément à partir de deux personnes.

Les garde-corps doivent respecter les règles dimensionnelles de la norme NFP 01 012. Pour la construction d'une scène, leur mise en place est obligatoire pour une hauteur supérieure ou égale à 1m. Dans notre cas, l'obligation de garde-corps ne s'appliquera pas (hauteurs d'utilisation 40/60 cms).

[Modèle de praticable :](#)



Afin de d'organiser le parcours, le placement des remettants et les positions des médias, les éléments suivants sont à fournir par le partenaire :

- 5 potelets enrouleurs avec ruban de 3m environ

[Modèle de potelet :](#)



## 8. ANNEXE 8 : REGLES DE MAINTENANCE DU SOL GERFLOR

### Préambule

Une résine de plusieurs marques va être utilisée par les équipes nationales, pour permettre une bonne accroche avec le ballon.

Cette résine qui se dépose sur le sol Gerflor est particulièrement salissante et assez difficile à enlever.

### **Le protocole suivant explique comment nettoyer le sol Gerflor.**

#### Types et fréquence de nettoyages :

Le nettoyage complet du sol est à réaliser une fois par jour à l'issue du dernier match du jour. Il y a donc autant de nettoyages complets que de jours de compétition.

Nous ne recommandons pas de nettoyer entre les matchs d'une même journée. Si nécessaire, réalisez un nettoyage local à la spatule sur les grosses traces de résine.

Le nettoyage d'avant dépose est à réaliser après la dernière utilisation du terrain.

#### Equipements nécessaires :

Pulvérisateur

Détergent Gerflor TRACIFLEX fourni par Gerflor.

Auto laveuse non auto portée équipée d'un disque rouge (disque 3M préconisé).

Spatule plastique uniquement (spatule métallique interdite), support pour pad et pad rouge.



NB :

- Il est important que l'auto laveuse récupère bien l'eau sale et de vider le bac des eaux usées régulièrement
- L'auto laveuse doit être passée dans le sens des rouleaux en évitant de passer sur les joints des lés (risque d'infiltration d'eau sous les joints/lisières - et décollement des adhésifs double face).



### Pendant le tournoi :

*Nettoyage complet* : à la fin de chaque journée

1. Diluer le Traciflex de 10% à 15% dans le pulvérisateur.  
Dilution à 10% : 10 cL de Traciflex avec 90 cL d'eau  
Dilution à 15% : 15 cL de Traciflex avec 85 cL d'eau
2. Pulvériser le Traciflex dilué sur l'ensemble du terrain. Laisser agir 10 à 15 min.
3. Remplir l'auto laveuse à l'eau claire uniquement et installer le disque rouge.
4. Passer l'auto laveuse avec aspiration en évitant de passer sur les joints des lés.  
Réglages : vitesse et débit d'eau minimums.
5. Laisser sécher

*Nettoyage local* : si besoin après l'étape 4 du nettoyage complet

1. Diluer le Traciflex de 15% à 20% dans le pulvérisateur.  
Dilution à 15% : 15 cL de Traciflex avec 85 cL d'eau  
Dilution à 20% : 20 cL de Traciflex avec 80 cL d'eau
2. Pulvériser le Traciflex dilué sur les traces persistantes. Laisser agir 10 à 15 min.
3. Retirer les traces à la spatule ou avec le pad rouge sur son support.
4. Rincer à l'eau claire et sécher.

### Après le tournoi :

*Nettoyage d'avant dépose* : après la dernière utilisation du terrain

1. Retirer les bandes de tracés de jeu et publicité adhésivée
2. Diluer le Traciflex de 10% à 15% dans le pulvérisateur.  
Dilution à 10% : 10 cL de Traciflex avec 90 cL d'eau  
Dilution à 15% : 15 cL de Traciflex avec 85 cL d'eau
3. Pulvériser le Traciflex dilué sur l'ensemble du terrain. Laisser agir 10 à 15 min.
4. Remplir l'auto laveuse à l'eau claire uniquement et installer le disque rouge.
5. *Passer l'auto laveuse sans aspiration* en évitant de passer sur les joints des lés.
6. Passer l'auto laveuse avec aspiration en évitant de passer sur les joints des lés.  
Réglages : vitesse et débit d'eau minimums.
7. Laisser sécher.

*Nettoyage local* : si besoin après l'étape 6 du nettoyage d'avant dépose

1. Diluer le Traciflex de 15% à 20% dans le pulvérisateur.  
Dilution à 15% : 15 cL de Traciflex avec 85 cL d'eau  
Dilution à 20% : 20 cL de Traciflex avec 80 cL d'eau
2. Pulvériser le Traciflex dilué sur les traces persistantes. Laisser agir 10 à 15 min.
3. Retirer les traces et dépôts à la spatule ou avec le pad rouge sur son support.
4. Rincer à l'eau claire et sécher.