



**Fédération
Internationale
de Handball**

XVI. Règlement pour les médias

Edition: Septembre 2007

Table des matières

	Page
1. Principes	3
2. Préparation	4
3. Mise en œuvre	10
4. Suivi – Evaluation	12
Annexes:	
1 Demande d'accréditation	13
2 Zone mixte	15

1. Principes

La collaboration avec les médias fait partie des principales missions du Comité d'Organisation d'une compétition majeure de l'IHF. Elle vise à :

- assurer la notoriété de la compétition
- fournir des informations au public au sujet de la compétition
- assurer un flux d'informations régulier
- faire du handball un sport plus populaire
- poursuivre et soutenir la stratégie et les objectifs de l'IHF
- présenter les objectifs du pays hôte de la compétition en accord avec l'IHF
- offrir une plate-forme pour les partenaires et les sponsors de la compétition.

1.1. Médias

Par «médias», il est entendu toutes les personnes et les organisations assurant, à titre professionnel, la couverture de la compétition pour le compte d'un média de masse. Au nombre de ceux-ci figurent:

- Presse écrite
- Agences de presse
- Presses électroniques (radio et télévision),
- «Nouveaux médias» notamment les fournisseurs de sites Internet,
- Photographes.

Dans le cas de la radio et de la télévision, il convient de distinguer, par ailleurs, entre les détenteurs et les non-détenteurs des droits de retransmission. Dans ce cadre, une coopération avec le vendeur de droits de l'IHF est exigée.

1.2. Structure organisationnelle des médias dans le cadre de compétitions majeures

Dans le cas de compétitions majeures il est nécessaire de mettre en place, au sein du Comité d'Organisation, une cellule devant traiter des besoins des médias. Cette cellule collabore étroitement avec les responsables de l'IHF et un représentant de l'IHF nommé spécifiquement pour travailler en liaison avec les médias.

2. Préparation

Immédiatement après l'attribution d'une compétition majeure par l'IHF, l'organisateur doit nommer, au sein du Comité d'Organisation, un Chef des médias capable de gérer toutes les questions liées aux médias. La diffusion de rapports du pays organisateur concernant la préparation de la compétition, à partir de 12 mois environ avant le début des compétitions, relève également de ses responsabilités. Cela inclut l'envoi régulier d'un bulletin d'informations et la mise en place d'un site Internet. L'IHF met son site web à disposition pour publier, après concertation, toutes les informations. Il se crée ainsi un lien interactif entre le «site du CM» de l'organisateur et le site www.ihf.info.

2.1. Invitation et accréditation

La demande d'accréditation pour les représentants des médias devrait être proposée par le Comité d'Organisation, en coopération avec l'IHF, environ douze mois avant le début de la compétition. Cette information doit être rendue disponible par l'intermédiaire du site Internet de l'organisateur, du site de l'IHF ou de ceux des fédérations de handball nationales ainsi que par simple envoi postal. Cette demande d'accréditation doit reprendre les éléments suivants :

Renseignements personnels :

Nom, prénom

Date de naissance, lieu de naissance, sexe

Adresse du domicile, téléphone, fax, adresse e-mail

Fumeur, non-fumeur, taille de vêtement

Signature, photo d'identité

Renseignements professionnels :

Nom et type du média

Adresse, téléphone, fax, adresse e-mail

Carte de presse nationale et/ou internationale

Confirmation de l'employeur avec cachet et signature

Site de compétition préféré (si plusieurs sites)

Jour et lieu d'arrivée

Date butoir pour la demande d'accréditation

Mise à disposition d'équipement et de services :

Téléphone, télécopieur, machine à écrire, ordinateur, connexion

Internet, raccordement RNIS, espace de travail particulier (payant), service labo (payant), carte de parking (payante).

Suppléments :

Offre d'hôtels, de voyages, de voitures de location.

Il faut fournir tous ces renseignements tapés à la machine ou écrits en caractères d'imprimerie. Par ailleurs, doit aussi figurer sur le formulaire le nom d'une personne de contact qui doit rendre compte au Chef des médias. Toutes les accréditations (nationales et internationales) doivent être renvoyées à l'IHF qui les transmettra au Comité d'Organisation, après les avoir vérifiées et approuvées. L'adresse doit figurer sur le formulaire. Des dispositions doivent être prises pour permettre le renvoi du formulaire par e-mail, fax, courrier ou via Internet. L'IHF se réserve le droit de vérifier les renseignements, ce qui inclut celui de s'informer auprès de l'employeur du postulant. L'IHF se réserve également le droit de refuser des accréditations. La date butoir recommandée pour les accréditations est de quatre mois avant le début de la compétition, l'échéance ultime étant de trois mois avant le début de la compétition. Toute demande d'accréditation déposée après la date de clôture ne sera prise en considération qu'à titre exceptionnel et les frais de traitement de dossier s'élèveront à CHF 130,-, à régler lors de la délivrance de l'accréditation. Les représentants des médias doivent être explicitement informés de cette disposition. Un modèle de formulaire d'accréditation est joint en annexe. Le partenaire marketing pour la commercialisation des droits télévisuels, radios et Internet, sera tenu informé des accréditations.

2.2. Soutien des médias

Un communiqué de presse régulier sur la préparation de l'événement doit commencer à paraître au plus tard dix mois avant le début de la compétition. La diffusion doit intervenir par l'intermédiaire des supports énoncés sous le point 2.1. Chaque représentant des médias accrédité doit recevoir ces informations par le biais d'un des supports listés, au moins. L'information diffusée doit comprendre le formulaire d'accréditation. Des personnes de contact doivent être désignées pour traiter des questions relatives aux médias. Ces personnes doivent maîtriser, à l'écrit et à l'oral, au moins deux des langues officielles de l'IHF (anglais, français, allemand). Le pays hôte peut également utiliser les communiqués de presse pour mettre en valeur les ressources de son propre pays.

2.3. Mise à disposition d'espaces de travail et d'équipement

Lors de la sélection des salles de compétition, les représentants de l'IHF nommés à cet effet doivent veiller à ce que les besoins des représentants des médias soient suffisamment pris en considération, notamment en ce qui concerne :

- la localisation et le nombre de postes de travail
- les conditions d'éclairage, la localisation et le nombre des zones de travail pour les photographes
- les conditions d'accès et les dimensions de la «zone mixte» (voir exemple en annexe)
- une salle pour les conférences de presse
- les dimensions suffisantes des espaces de travail pour les représentants des médias
- la facilité d'accès aux espaces et postes de travail des médias
- les parkings à proximité de la salle.

Afin de répondre aux besoins spécifiques des médias électroniques – et de la télévision en particulier - il est essentiel qu'un représentant de la chaîne de télévision assurant la retransmission de l'événement dans le pays hôte soit présent lors de la visite d'inspection des salles.

Un représentant «médias» nommé par l'IHF effectuera une première inspection des salles de compétition, au plus tard cinq mois avant le début de la compétition et, le cas échéant, en concertation avec les hauts responsables, fera procéder à des modifications. Les équipements requis dans les centres des médias et les zones de travail des médias doivent être fins prêts, au plus tard deux jours avant le début de la compétition. Cela ne concerne pas les services tels que les lignes ISDN offertes par des fournisseurs externes. Le centre des médias doit ouvrir ses portes au moins deux jours avant le début de l'événement.

2.3.1. Equipement

Les zones réservées aux médias doivent être séparées de celles ouvertes aux spectateurs. Des dispositions doivent être prises pour que les spectateurs ne puissent pénétrer dans les zones réservées aux médias. Cependant, les sportifs, les entraîneurs, les officiels et les autres personnes accréditées doivent pouvoir accéder aux zones des médias. Les accès à la conférence de presse et à la zone mixte doivent être à la fois faciles et rapides, à partir de tous les postes de travail des médias.

Les postes de travail des médias dans les salles seront équipés comme suit :

- une place assise avec pupitre pour les représentants de la presse écrite

- la possibilité de connexion Internet et RNIS pour la presse écrite (raccordement payant)
- une place assise avec pupitre (mais sans équipement technique) pour les médias électroniques qui n'ont acquis aucun droit de retransmission pour la compétition
- une place assise avec pupitre, moniteur escamotable et équipement fourni par l'organisateur pour les représentants des médias électroniques (détenteurs des droits) avec en option la connexion Internet et RNIS (raccordement payant)
- des places assises d'observateur pour les représentants des médias qui ne sont pas en train de travailler en direct
- une zone de travail pour les présentateurs de télévision.

Les responsables d'équipe filmant leur équipe dans le cadre d'une utilisation interne et dans un but non commercial n'entrent pas dans le cadre de ces dispositions. Si possible, il convient de leur attribuer un espace séparé en dehors de l'espace réservé aux médias.

Les espaces de travail des médias seront mis en place comme suit :

- ils doivent se situer dans la salle
- il doivent être équipés d'un nombre de postes de travail suffisant, tous équipés d'une prise de courant individuelle
- ils doivent disposer d'au moins dix ordinateurs avec connexion Internet
- ils doivent disposer de téléphones, d'une connexion Internet et RNIS (raccordement payant)
- ils doivent disposer d'au moins deux télécopieurs
- ils doivent disposer d'au moins deux photocopieurs
- ils doivent disposer de casiers pour accueillir les informations
- ils doivent disposer d'un bureau d'accréditation se doublant d'un point de service et également d'un service photo
- ils doivent disposer d'une zone de travail séparée pour les médias électroniques et les photographes
- ils doivent disposer de casiers fermant à clé (contre paiement)
- ils doivent disposer de plusieurs téléviseurs retransmettant les matches de tous les sites de compétition
- ils doivent disposer d'un appareil photo numérique
- ils doivent disposer d'une salle de montage (contre paiement) ou plus exactement mettre à disposition des postes de travail vidéo pour les chaînes de télévision.

La salle de conférence de presse sera équipée comme suit :

- une estrade avec places assises et table pour les participants à la conférence de presse

- un panneau où sont affichés les noms et logos des sponsors, derrière la table des participants
- un microphone pour chaque intervenant de la conférence de presse, et un système de sonorisation
- un nombre de places suffisant pour les représentants des médias
- un éclairage adapté pour les photographes et les télévisions
- une installation permettant la retransmission en directe pour les médias électroniques (distributeur)
- une position surélevée pour les caméras placées au fond de la salle
- un microphone mobile pour les questions des journalistes.

La zone mixte sera équipée de :

- un système de sécurité pour en contrôler l'accès
- des zones radio/télé séparées de celle de la presse écrite
- des installations séparées pour les joueurs et les journalistes (facultatif)
- un panneau mobile avec les logos des sponsors, utilisé comme toile de fond pour les interviews télévisées
- une zone d'accès au terrain de jeu pour les détenteurs de droits.

Il serait également souhaitable d'y trouver les installations suivantes:

- une zone désignée «fumeurs» afin de pouvoir déclarer non-fumeurs les autres zones réservées aux médias
- un espace «salon» avec possibilité de restauration pendant les heures d'ouverture du centre des médias
- un point de vente où les représentants des médias auront la possibilité d'acquérir des cartes de téléphone mobiles (SIM) pour passer des appels sur le réseau national.

2.4. Personnel

Le Comité d'Organisation doit s'assurer qu'il y a un personnel en nombre suffisant pour répondre aux besoins des médias, c. à d. des Chefs des médias, dans chaque salle et chaque sous-centre des médias, des interprètes pour les conférences de presse, des bénévoles assurant la distribution des informations aux représentants des médias, un service de sécurité et un service de restauration. Tout le personnel encadrant les représentants des médias doit être facilement identifiable en tant que tel, et maîtriser, à l'écrit et à l'oral, au moins une des langues officielles de l'IHF ; les Chefs des médias doivent être capables de communiquer dans deux langues officielles de l'IHF au moins. Les interprètes doivent être familiarisés avec le sport et en posséder le vocabulaire usuel.

Le personnel de tous les espaces des médias sera informé du contenu de ses missions durant l'événement, avant le début de la compétition par le Chef des médias et un représentant de l'IHF. Ce «briefing» doit intervenir avant l'ouverture du centre des médias.

2.5. Service

Un dossier d'information doit être remis aux représentants des médias avec leur accréditation avant le début du tournoi. L'idéal serait de le présenter sous la forme d'un guide relié, contenant :

- les numéros de téléphone utiles, et les renseignements sur les personnes de contact
- les sites de compétition et le Calendrier des matches
- les compositions des équipes
- les biographies des arbitres
- les informations sur les salles de compétition
- les heures d'ouverture des centres des médias
- les personnes de contact des équipes participantes
- les adresses des hôtels où logent les équipes
- les informations sur les services de navette
- le plan des villes permettant de localiser les sites de compétition
- l'adresse des hôtels pour les représentants des médias et les noms des personnes de contact dans ces hôtels

Il serait souhaitable de remettre ces informations dans un «Package» promotionnel.

En retirant l'accréditation, les représentants des médias signent une déclaration en vertu de laquelle ils acceptent les conditions imposées par l'IHF pour l'exercice de leurs activités pendant la durée de la compétition. En particulier cela signifie s'engager à respecter les instructions édictées par les officiels, se conformer au Règlement exposé dans l'accréditation (par ex. : les règles de l'autorisation d'accès, etc.), s'abstenir d'utiliser des flashes pour les photographies (sauf permission spéciale accordée par l'IHF), respecter les directives en matière de publicité, s'abstenir de tout reportage en direct (tous les médias électroniques non détenteurs des droits de retransmission doivent consulter l'IHF) et respecter les conditions imposées au niveau national. Des sanctions peuvent être prises contre les détenteurs d'accréditation en cas d'infraction à ces conditions. Cependant, ces conditions ne peuvent en aucun cas enfreindre les règles générales régissant la liberté de la presse, comme édictées en particulier par l'Association Internationale de la Presse Sportive (AIPS).

2.6. Collaboration et contrôle

Le Chef des médias, en collaboration avec les officiels des différentes salles et du Directeur du Comité d'Organisation, veille au respect du Règlement. Il est également assisté dans cette tâche par les représentants de l'IHF et le représentant «médias» de l'IHF, qui commenceront leur collaboration avec le Chef des médias, au plus tard à l'envoi des accréditations. Cette coopération recouvre toutes les questions liées aux médias, qui vont de l'accréditation au choix des zones médias et de leur équipement, en passant par la formation et l'instruction des collaborateurs «médias». Le représentant «médias» doit recevoir tout le soutien nécessaire.

2.7. Hébergement et transport

Les représentants des médias se verront proposer un hébergement en hôtel sur le formulaire d'accréditation. Cela peut se faire en collaboration avec le partenaire officiel de l'IHF ou, après concertation, avec un partenaire choisi par l'organisateur. Il faut veiller à ce que les hébergements soient proposés dans au moins deux catégories de prix. Le prix-limite ne doit pas excéder CHF 200,- par nuit pour la catégorie supérieure et CHF 100,- par nuit pour la catégorie inférieure. Doit être également proposé le service d'une voiture de location, en collaboration avec le partenaire officiel de l'IHF ou, après concertation, avec un partenaire choisi par l'organisateur. Un service de navette régulier doit être mis en place entre les hôtels des représentants des médias et les salles de compétition. Les horaires de ce service de navette doivent être affichés bien en vue et mis à disposition par d'autres moyens (voir aussi 2.5).

3. Mise en œuvre

3.1. Accréditation

Les représentants des médias accrédités recevront leur badges d'accréditation dès leur arrivée. Ces badges doivent être vérifiés pour s'assurer que leurs données correspondent à celles fournies par les représentants des médias. Les Règles définies sous les points 2.1. et 2.5. doivent être respectées. Chaque représentant des médias doit retirer personnellement son badge d'accréditation, en échange de sa signature. Les badges perdus peuvent être remplacés contre le paiement d'une somme d'argent, après concertation avec le Chef des médias.

3.2. Centres des médias

Les centres des médias doivent ouvrir leurs portes deux jours, au plus tard, avant le début de l'événement. Les heures d'ouverture doivent être adaptées aux Calendriers des matches et aux besoins des équipes participantes. Il est recommandé que, les jours de matches, les centres ouvrent à 10 heures du matin (heure locale) au plus tard et ferment au plus tôt deux heures après la fin du dernier match, à 20 heures, les jours sans match. Toute modification entraînant une réduction des heures d'ouverture doit être convenue avec l'IHF.

3.2.1. Obligations dans les centres des médias

Avant, pendant et après la compétition, le centre des médias est le noyau central de l'information pour tous les représentants des médias, qui doivent être soutenus dans leur travail. Les éléments essentiels de ce soutien aux médias comprennent :

- la mise à disposition d'informations générales sur les équipes
- l'assurance que l'information sur la composition des équipes des matches qui se déroulent est fournie à temps
- la mise à disposition d'informations concernant le déroulement du match peu de temps après la fin de la première mi-temps et après la fin du match
- la mise à disposition d'informations sur le déroulement des matches, les résultats, les classements sur tous les autres sites de la compétition (en collaboration avec l'IHF et ses partenaires)
- la retransmission télé en direct des autres matches de la compétition
- l'organisation et la tenue de conférences de presse
- la mise à disposition des informations concernant les interventions majeures faites à la conférence de presse
- l'organisation et la supervision du bon déroulement des interviews dans la «zone mixte»
- la mise à disposition de statistiques cumulatives
- la mise à disposition et diffusion des informations
- le soutien, l'organisation et la supervision des activités des photographes
- l'aide aux photographes pour la transmission de données
- la collaboration avec les administrateurs de sites Internet
- la mise en place des mesures de sécurité et le contrôle des accès
- fournir une restauration et un soutien en général
- l'organisation et le contrôle du service des navettes entre les salles de compétition et les hôtels.

Toutes les informations doivent être présentées sous une forme graphique et mises à la disposition du public. À la fin de la journée de compétition, un résumé quotidien de tous les matches doit être rédigé et mis à disposition deux heures, au plus tard, après la fin de la dernière rencontre. Ce résumé doit comprendre les informations suivantes :

- les statistiques et les feuilles de matches de tous les matches de la journée
- les classements mis à jour
- les déclarations des entraîneurs
- le Calendrier des matches suivants
- les désignations d'arbitres pour les matches suivants
- les informations en provenance de l'IHF.

Le personnel en charge des zones réservées aux médias est aussi responsable du bon déroulement de toutes les manifestations officielles (cérémonies d'ouverture et de clôture), ainsi que du positionnement des photographes lors de la cérémonie de remise des médailles et du repositionnement des photographes pendant les matches.

3.2.2. Obligations dans les hôtels réservés aux médias

Toutes les informations pouvant intéresser les représentants des médias doivent être disponibles dans les hôtels réservés aux médias. Des résumés quotidiens de tous les matches doivent être fournis dès que possible, c. à d. le jour même du match. Un sous-centre des médias équipé d'au moins cinq ordinateurs, avec accès à Internet et une imprimante, devrait, si possible, être installé à l'hôtel.

3.3. Généralités

Parallèlement à ces tâches quotidiennes, il serait dans l'intérêt de l'IHF et du pays organisateur, que les représentants des médias puissent avoir la possibilité d'utiliser les structures culturelles et de loisirs du pays hôte. Il serait également souhaitable d'organiser une «soirée spéciale des médias» où seront conviés les représentants des médias, l'organisateur et les représentants de l'IHF. Le jour de la finale, une conférence de presse de l'IHF doit être organisée et l'on doit fournir un transport aller et retour, aux représentants des médias, si nécessaire. La liste des représentants des médias accrédités doit être tenue à jour.

Une réunion quotidienne commune devrait se tenir entre le Chef des médias et le représentant de l'IHF désigné afin d'envisager et de trouver une solution à toutes les questions qui surviennent.

4. Le suivi – Evaluation

La compétition terminée, il faut envoyer aux représentants des médias un bulletin contenant toutes les informations relatives à la compétition (le bulletin final). Il faut également faire parvenir à l'IHF, au plus tard quatre semaines après la fin de la compétition, à la fois une liste des journalistes accrédités et un rapport contenant toutes les informations susceptibles de contribuer à une meilleure efficacité du travail avec les médias dans l'avenir.

	ACCREDITATION pour le CM de _____	Logo CM
Renseignements personnels		
Nom : Prénom : Date de naissance : Lieu de naissance : Sexe : Adresse : Rue, Code postal, Localité, Pays : Tél./ Fax : E-mail : Taille de vêtement :		Photo d'identité
		Fumeur / Non-fumeur
Renseignements professionnels		
Nom du média : Type : ☐ Presse écrite ☐ Agence de presse ☐ Télévision ☐ Radio ☐ Internet ☐ Personnel technique Adresse du média : Rue, Code postal, Localité, Pays : Tél./Fax : E-mail : N° AIPS : N° carte de presse nationale : Jour et lieu d'arrivée : Site préféré :		
Services		
Téléphone dans le centre de presse : ☐ Télécopieur dans le centre de presse : ☐ Poste de travail particulier : ☐ (contre paiement) Laboratoire de montage : ☐ (contre paiement) Carte de parking VIP : ☐ (contre paiement) Carte de parking : ☐ Suppléments : ☐ Offre tout inclus ☐ Hôtel ☐ Voyage		
Remarques :		Signature : Signature entreprise : Cachet :



