



TITRE IV : REGLEMENT MARKETING ET COMMUNICATION

Section 1 : Droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions professionnelles

Article 4111 : Principes relatifs aux Droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions professionnelles

Conformément à la convention conclue entre la FFHB et la LNH, la Ligue Nationale de Handball est seule habilitée à gérer et commercialiser les droits d'exploitation audiovisuelle du Championnat de France professionnel de 1^{ère} et de 2^{ème} division par tout mode ou procédé de diffusion connu ou inconnu à ce jour et ce dans le monde entier.

Il en va de même pour toute autre compétition professionnelle organisée par la LNH ou de toute rencontre organisée sous son égide (exemples : Trophée des Champions, Coupe de la Ligue, Hand Star Game, etc.). La LNH détermine librement les conditions d'exploitation de ces droits.

La LNH est notamment seule habilitée à contracter avec les chaînes de télévision en vue de la télédiffusion d'images de matches des compétitions professionnelles.

Les conditions dans lesquelles les clubs sont autorisés à exploiter les images de matches de compétitions professionnelles auxquels ils participent sont définies **dans le cahier des charges médias et communication de la LNH ou à défaut dans les règlements particuliers des compétitions concernées.**

Article 4112 : Match télévisé

Tout club choisi par la LNH pour la retransmission télévisée d'un match d'une compétition professionnelle organisée par la LNH ne peut s'opposer à cette décision.

On entend par retransmission télévisée, toute retransmission sous format analogique ou numérique sur tout support déterminé par le diffuseur officiel de la compétition concernée.

Le club recevant sera informé des règles établies par la LNH en ce qui concerne la publicité et les moyens à mettre à la disposition de la LNH et du diffuseur lors de chaque retransmission télévisée. Ces règles sont contenues dans **le cahier des charges médias et communication** adoptée par le comité directeur de la LNH.

Les clubs doivent également respecter les obligations inhérentes à la retransmission télévisée d'un match quant à la mise en place des moyens de production convenus entre la LNH et la chaîne de télévision concernée (nombre et emplacement des caméras...), qui font l'objet d'un plan de production spécifique à chaque salle. Ce plan de production est établi avant le début de championnat puis transmis sans délai au club.

Cette disposition s'impose aux deux clubs participants, que le match se déroule sur le terrain de l'un d'entre eux ou sur terrain neutre.

Section 2 : Images des joueurs, entraîneurs et clubs

Article 4211 : Image des compétitions et image des joueurs et entraîneurs

Outre les droits d'exploitation audiovisuelle visés à l'article ci-dessus, la LNH est habilitée à exploiter, par tous procédés et sur tous supports dans le monde entier, les images fixes des compétitions professionnelles qu'elle organise au titre du droit d'exploitation qui est attaché à ces compétitions.

En participant aux compétitions organisées par la LNH, les clubs, joueurs et entraîneurs acceptent en conséquence que leur image, issue de ces compétitions, puisse être reproduite et exploitée dans les conditions prévues par l'accord collectif en vigueur.

Article 4212 : Exploitation de l'Image des clubs par la LNH

Article 4212-1 : Définition de l'image des clubs

On entend par « Image d'un club » ses noms, emblèmes et/ou signes distinctifs (en ce compris le maillot utilisé dans les compétitions professionnelles organisées par la LNH) qui peuvent faire l'objet d'un dépôt à l'INPI, mais également tout autre élément renvoyant à l'image collective de ses équipes, passées et présentes.

Article 4212-2 : Dispositions générales

La LNH est habilitée à exploiter, par tout procédé et sur tout support dans le monde entier, l'Image des clubs professionnels dans un cadre collectif. Cette Image pourra être utilisée dans le cadre :

- d'opérations de promotion des compétitions professionnelles ou du handball, auxquels les partenaires commerciaux de la LNH pourront, le cas échéant, être associés ;
- d'opérations commerciales (notamment dans le cadre d'accords de licence ayant pour objet la réalisation de produits ou services commercialisés ...) ;
- d'accords de partenariat, dans le cadre desquels la LNH concède à son partenaire commercial le droit d'utiliser l'image des clubs professionnels dans un cadre collectif à des fins promotionnelles ou publicitaires, et sous réserve que le support mentionne expressément le lien de partenariat entre le partenaire commercial et la LNH ou la compétition concernée.

On entend par exploitation de l'Image des clubs professionnels dans un cadre collectif :

- la reproduction sur un même support, ou dans le cadre d'une même série de supports relative à un même produit ou service, de l'Image de tous les clubs participant à une même compétition professionnelle ;
- la reproduction sur un même support à l'occasion de la phase finale d'une compétition professionnelle, de l'Image des clubs participant à cette phase finale ou à un match en particulier de cette phase finale.

Dans le cadre de l'exploitation de l'Image des clubs dans les conditions décrites ci-dessus, la LNH veillera à ce que l'Image d'un club en particulier ne soit pas associée à celle d'un partenaire commercial de la LNH sauf autorisation préalable du club concerné.

En s'engageant dans les compétitions organisées par la LNH, les clubs autorisent la LNH à exploiter leur Image dans les conditions mentionnées ci-dessus. Cette autorisation est consentie à titre gracieux, les clubs renonçant à revendiquer à ce titre une quelconque indemnisation de quelque nature que ce soit, étant précisé que les recettes générées le cas échéant par la LNH au titre de cette exploitation sont notamment destinées à être réparties dans les conditions fixées chaque saison par l'Assemblée Générale de la LNH.

Cette autorisation est consentie à titre non-exclusif et pour la durée de la participation du club aux compétitions professionnelles. Par exception à ce qui est indiqué ci-dessus, la LNH garde toutefois la faculté de continuer à exploiter l'Image d'un club après qu'il ait perdu sa qualité de membre de la LNH sous réserve que cette exploitation soit limitée à la référence aux périodes où ledit club en était membre.

Par ailleurs, il appartient à chaque club de communiquer à la LNH, au plus tard le 1er avril précédant chaque saison sportive, l'existence d'éventuels droits d'auteurs attachés à tout ou partie des éléments constitutifs de son Image qui seraient susceptibles de faire obstacle à l'une ou l'autre des exploitations pouvant en être faites par la LNH dans les conditions définies ci-dessus.

Article 4212-3 : Dispositions particulières aux paris sportifs

L'article L.333-1-1 du code du sport prévoit que le droit d'exploitation des compétitions sportives inclut le droit de consentir à l'organisation de paris sur lesdites compétitions.

Dans ce cadre, l'organisation par un opérateur agréé de paris sportifs portant sur les compétitions professionnelles organisées par la LNH est subordonnée à la conclusion d'un contrat relatif à l'attribution du « droit aux paris », dans les conditions prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Afin que l'offre de paris portant sur les compétitions organisées par la LNH soit cohérente et attractive, la LNH est autorisée à concéder à un ou plusieurs opérateurs agréés – avec lesquels un accord relatif à l'organisation de paris a été conclu – le droit d'utiliser :

- Les dénominations officielles de chacun des clubs professionnels concernés par lesdits paris ;
- dans un cadre collectif, les logos de chacun des clubs professionnels concernés par lesdits paris, étant précisé que cette utilisation pourra concerner (i) les supports de présentation de l'offre de paris de l'opérateur, et (ii) les supports promotionnels de l'offre de paris portant sur un(des) match(es) en particulier (seuls pourront être utilisés dans ce cadre les logos des clubs participant au(x) match(es) concerné(s)).

On entend ci-dessus par :

- « cadre collectif » : la reproduction sur un même support visuel de l'ensemble des logos des clubs professionnels concernés par la compétition et/ou le match objet du pari ;
- « support de présentation de l'offre de paris » : le site Internet de l'opérateur ou le support physique permettant de prendre des paris ou annonçant leurs résultats (exemples : tableau des matches ouverts aux paris, présentation des résultats, des classements,...) ;
- « support promotionnel de l'offre de paris » : tout support faisant la promotion d'une offre de paris sur un(des) match(es) en particulier.

L'autorisation visée ci-dessus ne pourra permettre à un opérateur de se présenter, notamment dans le cadre de supports promotionnels ou publicitaires, comme un partenaire d'un club ou de créer une confusion dans l'esprit du public à cet égard.

En s'engageant dans les compétitions organisées par la LNH, les clubs autorisent la LNH à exploiter leur dénomination officielle et leur logo dans les conditions mentionnées ci-dessus. Cette autorisation est consentie à titre gracieux pour la durée de la participation du club aux compétitions professionnelles, les clubs renonçant à revendiquer à ce titre une quelconque indemnisation de quelque nature que ce soit, étant précisé que les recettes générées le cas échéant par la LNH au titre de cette exploitation sont notamment destinées à être réparties dans les conditions fixées chaque saison par l'Assemblée Générale de la LNH.

Cette autorisation est consentie à titre exclusif en ce qui concerne l'utilisation de ces éléments dans le cadre de la présentation d'offres de paris. Cette exclusivité ne fait toutefois pas obstacle à la concession par chacun des clubs au bénéfice d'un opérateur du droit d'utiliser les éléments de son image à d'autres fins notamment publicitaires ou promotionnelles.

Section 3 : Droits marketing des compétitions professionnelles

La LNH est compétente pour réglementer, dans son secteur d'activité, la publicité sur les équipements sportifs et dans les salles.

Article 4311 : Championnat de France de D1 et de D2

En tant qu'organisateur du Championnat de France professionnel de D1 et du **championnat de France professionnel de D2**, la LNH est titulaire des droits marketing de ces compétitions.

Les règles relatives au marketing et à la publicité définies par la LNH concernant les rencontres du championnat de D1 et du championnat de D2 sont communiquées au moyen d'un cahier des charges marketing pour chaque division, adressé aux clubs. Ces cahiers des charges, ainsi que les sanctions afférentes au non-respect des dispositions qu'elle contient, sont adoptés par le Comité Directeur de la LNH.

Ce Cahier des charges marketing définit notamment les espaces publicitaires réservés sur chacun des matchs à la LNH pour assurer la visibilité de ses partenaires (nature, nombre, ...) ; les autres espaces sont laissés à la disposition du club recevant.

Il est précisé que lors des matches du championnat de D1 et de D2, la LNH ne peut imposer aux clubs une exclusivité de secteur d'activité dans l'enceinte sportive au bénéfice des partenaires de la LNH. De la même façon, un club ne peut invoquer une exclusivité de secteur d'activité consentie à l'un de ses partenaires pour s'opposer à la présence d'un quelconque partenaire de la LNH lors d'un match dans les conditions prévues par le cahier des charges marketing.

Article 4312 : Autres compétitions

La LNH est également habilitée à gérer et commercialiser les espaces publicitaires des matches de toute autre compétition professionnelle organisée par elle ou sous son égide, notamment la Coupe de la Ligue, le Trophée des Champions ou toute compétition équivalente. Il est précisé que :

- lors des matches du trophée des champions, la LNH est seule habilitée à exploiter les espaces marketing aux alentours et dans l'enceinte sportive ;
- lors des matches de coupe de la ligue, sauf décision contraire du comité directeur, la LNH est seule habilitée à exploiter les espaces marketing aux alentours et dans l'enceinte sportive. La LNH peut par ailleurs imposer aux clubs d'afficher exclusivement les partenaires de son choix sur les tenues de matches et d'échauffement portées par les joueurs et entraîneurs.

Pour chacune de ces compétitions, les règles relatives à la gestion et à la commercialisation des espaces publicitaires sont fixées au sein des cahiers des charges respectifs du trophée des champions et de la coupe de la ligue **ou au sein des règlements particuliers des compétitions concernées.**

Ces cahiers des charges **marketing** spécifiques à chaque compétition sont adoptés par le comité directeur de la LNH.

Section 4 : Billetterie et prestations de relations publiques

Article 4411 : Dispositions générales

Pour chaque match du Championnat de France ou toute autre compétition professionnelle, la LNH pourra disposer de places de la meilleure catégorie, groupées en tribune principale et /ou en tribune VIP pour ses besoins propres et afin de respecter les contrats conclus avec des partenaires nationaux.

Le nombre de places et de prestations d'hospitalité à réserver, ainsi que leur paiement, sera précisé dans les cahiers des charges **marketing** de chaque compétition **ou au sein des règlements particuliers des compétitions concernées.**

La LNH est seule habilitée, et pourra en déléguer l'organisation à toute personne désignée, à organiser et commercialiser les opérations de relations publiques à l'occasion notamment **des phases finales** de la Coupe de la Ligue et du Trophée des Champions.

Article 4412 : Invitations et laissez passer

Pour chaque rencontre d'une compétition professionnelle, le club recevant doit mettre à la disposition du club visiteur :

- Autant de laissez-passer qu'il y a de joueurs et officiels d'équipe ;
- 20 invitations.

Le club recevant doit également mettre à disposition de chacun des arbitres, à leur demande, 1 place en tribune.

Le comité directeur de la LNH fixe une liste de personnes ayant droit à un accès gratuit sur les rencontres des compétitions officielles de la LNH, dans la limite des places disponibles. Les personnes souhaitant user de **cet accès gratuit** doivent en avertir le club recevant 72 heures au moins avant la rencontre.

Le comité directeur de la LNH fixe également la catégorie de places à laquelle ces personnes auront droit.

Les équipes ayant disputé le lever de rideau doivent pouvoir bénéficier d'emplacements assis.

Article 4413 : Réserve des places

Le club recevant doit réserver 10% des places au club visiteur. Ces places doivent être vendues au tarif en vigueur le jour du match. Les cahiers des charges **marketing ou les règlements particuliers** de chaque compétition précisent les modalités de mise en œuvre de cette disposition et notamment :

- les catégories de places concernées ;
- les conditions d'informations du club se déplaçant ;
- l'échéance à laquelle le club se déplaçant doit réserver définitivement les places.

Section 5 : Gestion des médias

Article 4511 : Cahier des charges médias et communication

Le comité directeur est habilité à définir les obligations minimums des clubs à l'égard des différents médias (radio, presse écrite, sites internet, TV).

Ces obligations, reprenant et complétant la convention éventuellement conclue avec l'Union des Journalistes Sportifs Français (UJSF), sont intégrées au sein du cahier des charges médias et communication adopté par le comité directeur de la LNH.

Section 6 : Versements aux clubs

Article 4611 : Disposition générales

La LNH procède chaque saison à une répartition des ressources financières provenant des droits d'exploitation des compétitions (incluant en particulier, les contrats de droits audiovisuels et de partenariat) entre les clubs membres de la LNH.

La répartition de ces ressources est adoptée chaque saison, dans le cadre du budget prévisionnel, par l'Assemblée Générale de la LNH. Les ressources acquises en cours de saison font l'objet d'une répartition décidée en comité directeur de la LNH.

Article 4612 : Clubs défaillants

Ces ressources financières ne sont acquises aux clubs qu'à condition qu'ils remplissent leurs obligations sportives jusqu'à la fin de la saison et sous réserve du respect des dispositions du règlement financier de la LNH.

En cas de défaillance d'un club en cours de compétition, la LNH ne sera **pas tenue au versement des sommes non encore versées.**

Section 7 : Evènements de la LNH

La LNH a toute compétence pour réglementer, organiser et gérer les évènements suivants :

- Le Hand Star Game ;
- La Nuit du Handball.

Article 4711 : Le Hand Star Game

Le Hand Star Game (ou toute dénomination qui s’y substituerait par décision du comité directeur de la LNH) est un match de handball organisé chaque saison sportive par la LNH. Cet événement oppose les meilleurs joueurs français et étrangers participant au Championnat de France de D1 de Handball.

Le comité directeur de la LNH adopte le règlement particulier de cet événement qui définit notamment les modalités d’organisation les règles applicables en matière sportive, marketing et communication, les modalités de sélection et les conditions de participation des joueurs et entraîneurs ainsi que les sanctions encourues en cas de non-respect des dispositions réglementaires adoptées.

Le comité directeur peut déléguer tout ou partie de ses attributions à un comité d’organisation du Hand Star Game. Les membres composant le comité d’organisation sont désignés par le comité directeur de la LNH.

Article 4712 : La Nuit du Handball

La Nuit du Handball (ou toute dénomination qui s’y substituerait par décision du comité directeur de la LNH) est une cérémonie annuelle de remise de récompense aux meilleurs joueurs et entraîneurs du Championnat de France de D1 et de D2 de Handball.

Le comité directeur de la LNH adopte le règlement particulier de cet évènement qui définit notamment les modalités d’organisation, les règles applicables en marketing et communication, les modalités de sélection et les conditions de participation des joueurs et entraîneurs ainsi que les sanctions encourues en cas de non-respect des dispositions réglementaires adoptées.

Le comité directeur peut déléguer tout ou partie de ses attributions à un comité d’organisation de la Nuit du Handball. Les membres composant le comité d’organisation sont désignés par le comité directeur de la LNH.