

REGLEMENTS
PARTICULIERS
SAISON 2025/2026

TITRE V – REGLEMENTS PARTICULIERS	5
Règlement du Label club	6
Préambule	6
Article 1 - Cahier des Charges du Label Club	6
Article 2 - Les niveaux de labellisation	6
Article 3 - L'échelon « Promotion Label »	6
Article 4 - Reversements financiers.....	7
Article 5 - Communication et valorisation des bénéficiaires du Label.	7
Article 6 – Dépôt du dossier de Labellisation	7
Article 7 - Etude du dossier.....	8
Article 8 - Fonctionnement	8
Article 9 - Décision d'attribution.....	8
Article 10 - Durée de Labellisation	8
Article 11 - Procédure de réexamen	8
Règlement relatif à la présaison.....	10
Préambule.....	10
Article 1 – Définitions	10
Article 2 – Champ d'application territorial	10
Section 1 – Déclaration des effectifs	10
Article 3 - Désignation initiale	10
Article 4 - Mise à jour de l'effectif	10
Section 2 – Déclaration des rencontres	11
Article 5 - Déclaration de la rencontre à la Direction Départementale pour la Cohésion Sociale (DDCS).....	11
Article 6 - Déclaration de la rencontre à la Ligue régionale et désignation des arbitres	11
Article 7 - Transmission du programme des rencontres amicales	11
Article 8 - Cas particuliers des rencontres disputées à l'étranger ou contre une équipe affiliée à une fédération étrangère	11
Section 3 – Déroulement des rencontres	11
Article 9 - Dispositions médicales et sanitaires.....	11
Article 10 - Dispositions relatives à la feuille de marque	12
Article 11 - Discipline.....	13
Article 12 - Statistiques	13
Article 13 - Captation vidéo des rencontres	13
Règlement relatif à la presse.....	14

Article 1 - Interlocuteurs	14
Article 2 - Infrastructures presse	14
Article 3 - Accréditations	15
Article 4 - Accréditation du Personnel des Clubs.....	16
Article 5 - Conférence de Presse et Zone Mixte	17
Article 6 - Signalétique	18
Article 7 - Evènements organisés par la LNB et Finales	18
Annexe – Convention LNB / UJSF	19
Article 1 - Interlocuteurs	19
Article 2 – Tribune de presse.....	19
Article 3 - Salle de presse	19
Article 4 - Conférence de presse.....	19
Article 5 – Télévisions non titulaires de droit.....	20
Article 6 – Radios.....	20
Article 7 – Photographes	20
Article 8 - Flashes électroniques.....	21
Article 9 - Prises de vue.....	21
Article 10 – Zone Mixte / Accès aux vestiaires	21
Article 11 – Accréditation	21
Article 12 – Horaires.....	22
Article 13 – Parkings.....	22
Article 14 - Futurs équipements	22
Règlement régissant l’exploitation audiovisuelle, la communication, le marketing et la billetterie	23
Section 1 – Exploitation audiovisuelle des compétitions	23
Article 1 - Principes relatifs aux droits d’exploitation audiovisuelle des compétitions professionnelles	23
Article 2 - Programmation des matches télévisés	23
Article 3 - Conditions d’exploitation des images de match par les clubs.....	23
Article 4 - Emplacement caméras	23
Article 5 - Moyens mis à disposition des équipes de production TV..	24
Article 6 - Rencontres délocalisées.....	25
Article 7 - Obligations des clubs lors de rencontres télévisées	25
Article 8 – Production autonome/automatisée des rencontres	26
Section 2 – Communication	26

Article 9 - Charte graphique	26
Article 10 - Obligation des clubs concernant la communication digitale	26
Article 11 - Obligations en matière de photos et vidéos	26
Article 12 - Obligations dans le cadre d'opérations évènementielles proposées par la Ligue.....	28
Section 3 – Marketing	28
Article 13 - Principes généraux relatifs au marketing	28
Article 14 - Exploitation de l'image des clubs par la LNB	29
Article 15 - Obligations marketing des clubs de première et deuxième division.....	30
Article 16 - Tenues de match	32
Article 17 - Les emplacement publicitaires sur l'espace de jeu et son environnement.....	39
Article 18 - Dispositions relatives aux paris sportifs.....	46
Section 4 – Billetterie et prestations de relations publiques	48
Article 19 – Billets.....	48
Article 20 – Système de billetterie	49
Article 21 – Quota de places réservées à l'équipe adverse	49
Article 22 – Invitations et prestations de relations publiques	49
Article 23 – Accréditations LNB	50
Annexe – Charte graphique LNB et championnats	51

TITRE V – REGLEMENTS PARTICULIERS

Règlement du Label club

Préambule

Est défini comme Label Club le dispositif évaluant et valorisant le niveau de structuration des clubs professionnels de basket. Il donne lieu à la délivrance d'une labellisation pour tout club démontrant un niveau suffisant de structuration en fonction de critères définis et hiérarchisés dans le cahier des charges établi par la Commission Label.

Ce dispositif a pour objectif la mise en place d'un cadre collectif permettant d'accompagner les clubs dans leur démarche de développement. Ce cahier des charges se devra également d'être un « guide de bonnes pratiques », avec un caractère nécessairement évolutif, et devra devenir un véritable « outil d'aide à la structuration ».

Article 1 - Cahier des Charges du Label Club

Article 1.1 - Transmission

Il est transmis au plus tard le 15 Novembre de chaque saison sportive, aux clubs de première et deuxième division.

Article 1.2 - Critères

Le dispositif Label Club repose sur différents critères notés sur un total de 500 points. Ces critères sont détaillés dans le cahier des charges.

Le cahier des charges Label Club s'applique à l'ensemble des clubs de première et de deuxième divisions.

Article 2 - Les niveaux de labellisation

Le dispositif Label Club comprend plusieurs niveaux de labellisation :

- Un Label « Or », validant un niveau comparable à « l'excellence européenne » sera attribué à tout club atteignant ou dépassant 400 points ;
- Un Label « Argent », correspondant à une « excellence nationale », sera attribué à tout club atteignant 325 points ;
- Un Label « Bronze », validant une structuration « standard » et évolutive, sera attribué à tout club atteignant 250 points.

Article 3 - L'échelon « Promotion Label »

Un échelon « Promotion Label », correspondant à une structuration « minimale », est attribué à tout club atteignant entre 150 et 249,5 points inclus, et n'ayant pas déjà obtenu au cours de son engagement au sein des compétitions organisées par la LNB un Label Or, Argent ou Bronze. La validation de cet échelon est une reconnaissance de ses efforts de structuration et ne vaut donc pas labellisation. Ainsi, un club qui atteint l'échelon promotion Label ne peut s'en prévaloir lors de communication externe, notamment vis-à-vis des institutionnels et du grand public. De même, un club ne peut prétendre à l'octroi de l'échelon Promotion Label plus de 3 fois tout au long de son engagement au sein des compétitions organisées par la LNB.

Article 4 - Reversements financiers

L'obtention d'un niveau de labellisation s'accompagne du versement d'un montant financier. Pour cela, une enveloppe financière est déterminée chaque saison par le Comité Directeur.

Afin de respecter une stricte égalité de traitement, l'enveloppe financière reversée pour les différents niveaux de labellisation respecte des unités de valeur, matérialisées par « une part financière ». La répartition s'effectue de la manière suivante :

L'obtention du Label « Bronze » donne lieu au versement d'une part financière,
L'obtention du Label « Argent » donne lieu au versement de trois parts,
L'obtention du Label « Or » donne lieu au versement de six parts.

L'obtention de l'échelon Promotion LABEL pourra donner lieu au versement d'une contribution financière afin de couvrir les frais de constitution du dossier LABEL. Le montant de cette contribution est fixé par le Comité Directeur et ne peut pas excéder le tiers du reversement effectué au titre du Label Bronze.

Article 5 - Communication et valorisation des bénéficiaires du Label

Chaque année, une communication est effectuée par la LNB afin de mettre en avant les bénéficiaires du Label et valoriser ainsi les clubs œuvrant pour leur structuration.

Tout club ayant obtenu un niveau de labellisation Or, Argent ou Bronze peut utiliser le kit de communication fourni par la LNB tout au long de la saison sportive suivant la saison d'obtention.

Ainsi, un club qui atteint l'échelon promotion LABEL ne peut s'en prévaloir lors de communication externe, notamment vis-à-vis des institutionnels et du grand public.

Les clubs sont tenus de mettre à jour, au plus tard le 1er juillet de chaque année, le niveau de labellisation obtenu lors de la saison passée.

Dans le cas où le club n'aurait pas obtenu de labellisation au cours de la saison suivante, il aura l'obligation de retirer toute mention liée au dispositif Label Club de l'ensemble de ses supports de communication.

La Commission Label pourra saisir la Commission Juridique, de Discipline et des Règlements pour tout manquement relatifs à ces dispositions.

Article 6 – Dépôt du dossier de Labellisation

Article 6.1 - Clubs concernés par le Label Club

Tout club effectivement engagé dans l'un des championnats organisés par la LNB a, chaque saison, pour obligation de déposer un dossier Label Club.

Article 6.2 - Modalités de dépôt et étude du dossier Label Club

Le dossier intégralement complété et accompagné des documents demandés doit être déposé, au plus tard, le 31 janvier de la saison en cours sur la plateforme Label Club.

Afin d'être déclaré recevable, le club doit avoir répondu au questionnaire présent sur la plateforme et avoir déposé une pièce justificative adéquate pour les critères concernés.

Tout dépôt de dossier qui ne respecte pas les délais et procédures précités est déclaré irrecevable par la Commission Label Club. Le Club concerné peut contester cette décision selon les modalités prévues à l'article 11.

Article 7 - Etude du dossier

La notation est effectuée sur la base des critères inscrits dans le cahier des charges.

La Commission Label Club peut à tout moment demander des précisions sur l'ensemble des documents fournis par le club. Elle peut également demander aux clubs de fournir toute pièce complémentaire qu'elle estime nécessaire.

Tout club peut être auditionné par la Commission Label Club si cette dernière le convoque. Tout refus non justifié ou convocation non honorée entraîne une dégradation de la note sur la partie "projet club". Tout club peut également solliciter la Commission Label pour être auditionné s'il en fait la demande, au plus tard, le 1er mars de la saison en cours.

La Commission peut également, si elle l'estime nécessaire, faire appel à un ou plusieurs experts pour faciliter sa prise de décision.

Article 8 - Fonctionnement

La Commission Label Club assure l'égalité de traitement entre tous les candidats et garantit le respect de la confidentialité des informations communiquées par les clubs dans le cadre de la procédure de délivrance du Label Club.

La Commission Label Club assure le contrôle des critères au regard des informations communiquées par le candidat à la labellisation.

Article 9 - Décision d'attribution

La décision d'attribution ou de non-attribution d'un Label ou de l'accession à l'échelon Promotion LABEL est notifiée au club avec le total des points obtenus par courrier électronique avec accusé de réception au plus tard le 30 juin.

Article 10 - Durée de Labellisation

Le Label Club est attribué pour une saison sportive.

Article 11 - Procédure de réexamen

Le club a la possibilité de solliciter un réexamen de la décision en exerçant un recours gracieux devant la Commission, par lettre recommandée ou courrier électronique avec accusé de réception, dans un délai de huit (8) jours ouvrables à compter de la première présentation de la notification de la décision contestée.

Pour être recevable le recours doit être accompagné d'un chèque de 1 000 euros au titre des frais de dossier.

Sous peine d'irrecevabilité, tout recours gracieux doit être motivé et, le cas échéant, accompagné des pièces complémentaires permettant de justifier la contestation de la notation de la Commission.

Dans le cadre du recours gracieux, la notation est effectuée sur la base des critères inscrits dans le cahier des charges.

A la suite de la décision rendue dans le cadre du recours gracieux, le club a la possibilité de contester la décision en exerçant un appel devant la Chambre d'Appel de la FFBB.

Règlement relatif à la présaison

Préambule

Article 1 – Définitions

Article 1.1 - Présaison

La présaison désigne la période qui va du début de la saison sportive - soit le 1^{er} juillet de la saison en cours – au premier match officiel respectif de chaque équipe engagée au sein des championnats organisés par la LNB.

Tous les matches amicaux mettant en opposition deux équipes de clubs différents ou non, se déroulant avec ou sans arbitres officiels (scrimmage notamment) sont concernés par les dispositions du présent règlement.

Article 2 – Champ d’application territorial

Le présent règlement s’applique à tout match amical, qu’il se déroule en France ou à l’étranger, contre une équipe affiliée à la FFBB ou à une fédération étrangère.

Section 1 – Déclaration des effectifs

Article 3 - Désignation initiale

Les clubs doivent déposer la liste de l’ensemble des joueurs professionnels, stagiaires, aspirants, joueurs sous convention de formation et des entraîneurs sur BasketPro dans les cinq jours suivant leur date officielle de reprise, et au plus tard le 15 août.

La liste comprend les informations suivantes pour chaque joueur :

- Nom
- Prénom
- Date de naissance
- Nationalité
- Taille
- Poids
- Numéro

La liste comprend les informations suivantes pour chaque entraîneur :

- Nom
- Prénom
- Date de naissance
- Nationalité

Article 4 - Mise à jour de l’effectif

Les clubs doivent sans délai effectuer une mise à jour de l’effectif sur BASKET PRO à chaque modification d’effectif.

Section 2 – Déclaration des rencontres

Article 5 - Déclaration de la rencontre à la Direction Départementale pour la Cohésion Sociale (DDCS)

Toute rencontre amicale doit être déclarée auprès de la DDCS du département où elle a lieu, dans les conditions prévues aux articles R. 331-4 du Code du sport et R. 211-22 et R. 221-26 du Code de la sécurité intérieure.

Article 6 - Déclaration de la rencontre à la Ligue régionale et désignation des arbitres

Toute rencontre amicale doit être déclarée par le club organisateur auprès de la Ligue régionale à laquelle il est rattaché.

Les officiels sont désignés selon les règlements FBBB.

Article 7 - Transmission du programme des rencontres amicales

Article 7.1 - Transmission du programme initial

Avant le 20 juillet de la saison en cours, les clubs de première et de deuxième division transmettent à la LNB sur la plateforme Basketpro le programme des rencontres, complété des informations suivantes pour chaque match :

- Date ;
- Lieu (ville et adresse de la salle) ;
- Heure ;
- Nom de l'adversaire (dans l'hypothèse d'un tournoi, le nom de l'ensemble des clubs devra être communiqué) ;
- Déclaration de la Préfecture en cas d'accueil du public. Dans le cas contraire, mentionner que le match se déroule à huis clos ;
- Contact de l'organisateur.

Article 7.2 - Modification du programme

Toute modification du programme des rencontres est notifiée à la LNB sur la plateforme Basketpro dans les 48 heures avant la tenue de la rencontre.

Article 8 - Cas particuliers des rencontres disputées à l'étranger ou contre une équipe affiliée à une fédération étrangère

Toute rencontre disputée à l'étranger ou contre une équipe affiliée à une fédération étrangère, doit faire l'objet d'une autorisation de la FFBB conformément à l'article 504 des Règlements Généraux de la FFBB.

Section 3 – Déroulement des rencontres

Article 9 - Dispositions médicales et sanitaires

Un médecin doit obligatoirement être présent dans la salle conformément aux dispositions de l'article 274 des règlements de la LNB.

En cas d'ouverture de la rencontre au public, les règles sanitaires en vigueur à la date de la rencontre doivent être appliquées strictement, notamment le dispositif prévisionnel de secours (DPS).

Article 10 - Dispositions relatives à la feuille de marque

Article 10.1 - Conditions relatives à l'inscription des joueurs sur la feuille de marque

Les joueurs ne sont admis à prendre part aux rencontres amicales de présaison que s'ils répondent aux conditions cumulatives suivantes :

Pour les joueurs sous convention de formation :

- être titulaire d'une convention de formation ;
- être titulaire d'une licence valide en cours ;
- avoir obtenu la lettre de sortie ou l'avis favorable de mutation ;
- avoir satisfait aux examens médicaux prévus à l'article 271 des règlements de la LNB, le certificat médical de non-contre-indication devant être adressé à la LNB préalablement à toute participation aux rencontres.

Pour les joueurs sous contrat professionnel, aspirant ou stagiaire :

- être titulaire d'un contrat de travail ;
- être titulaire d'une licence valide en cours ;
- avoir obtenu la lettre de sortie ou l'avis favorable de mutation ;
- avoir satisfait aux examens médicaux prévus à l'article 271 des règlements de la LNB, le certificat médical de non-contre-indication devant être adressé à la LNB préalablement à toute participation aux rencontres.

Concernant les joueurs à l'essai :

- être titulaire d'une licence « autorisation temporaire de pratique » valide en cours ;
- avoir obtenu la lettre de sortie ou l'avis favorable de mutation ;
- avoir satisfait aux examens médicaux prévus à l'article 271 des règlements de la LNB, le certificat médical de non-contre-indication devant être adressé à la LNB préalablement à toute participation aux rencontres.

Ces documents devront être adressés à la LNB, via la plateforme LNB, au plus tard 24h avant la rencontre.

Article 10.2 - Conditions relatives à l'inscription des entraîneurs sur la feuille de marque

Les entraîneurs ne seront admis à prendre part aux rencontres amicales de présaison que s'ils répondent aux conditions cumulatives suivantes :

- être titulaire d'un contrat d'entraîneur principal ou d'entraîneur assistant ;
- avoir obtenu l'avis favorable de mutation ;
- être titulaire d'une licence valide en cours ;
- être titulaire d'un diplôme attestant de la qualification professionnelle telle que définie par le statut de l'Entraîneur fédéral.

Article 10.3 - Transmission de la feuille de marque

Une copie de la feuille de marque devra être déposée sur Basketpro dans les 72 heures suivants la rencontre par le club évoluant à domicile.

En cas de match se déroulant sur un lieu neutre, la feuille de marque est déposée dans les mêmes conditions par les deux clubs.

En cas de match amical contre un club étranger ou ayant le statut amateur, la feuille de marque est déposée par le club LNB.

Article 11 - Discipline

Article 11.1 - Application du présent règlement

Toute infraction aux présent règlement est susceptible de donner lieu à l'ouverture d'une procédure disciplinaire ou règlementaire devant la Commission Juridique, de Discipline et des Règlements de la LNB.

Article 11.2 – Incident disciplinaire lors d'un match amical

Tout incident disciplinaire intervenu lors d'un match amical pourra donner à l'ouverture d'une procédure disciplinaire devant :

- la Commission Fédérale de Discipline s'il s'agit d'une rencontre opposant une équipe LNB à une équipe FFBB ou étrangère ;
- la Commission Juridique, de Discipline et des Règlements (LNB) s'il s'agit d'une rencontre opposant deux équipes LNB.

Article 12 - Statistiques

La fourniture des statistiques est obligatoire.

Le club LNB organisateur de la rencontre devra réaliser des statistiques à domicile.

Dans les cas où le club LNB n'est pas organisateur de la rencontre, il devra s'assurer que le club organisateur effectue la saisie des statistiques pour la rencontre. S'il n'a pu les obtenir, il effectuera les statistiques à partir de la vidéo dans les 24 heures suivant la rencontre.

Article 13 - Captation vidéo des rencontres

A compter du 28 aout de chaque saison, toute rencontre amicale (y compris scrimage) doit faire l'objet d'une captation vidéo par Keemotion ou production autonome, puis partagée via Keemotion ou Wetransfer dans les 24 heures suivant la rencontre.

Les matches non filmés via keemotion doivent, a minima, respecter les dispositions suivantes :

- Obligation de filmer de la moitié de terrain ;
- Format MP4 /1080 p ;
- Volume du fichier inférieur à 5 go ;
- Le match ne doit pas dépasser 2 fichiers maximum ;
- Le score est filmé à la fin de chaque QT ;
- Communication des effectifs et du fichier stats.

Règlement relatif à la presse

Article 1 - Interlocuteurs

L'UJSF s'engage à désigner, dans chacune des salles de première et deuxième division, un syndic responsable de la presse. Ce dernier a l'entière responsabilité des accréditations qu'il délivre.

Interlocuteur privilégié entre les journalistes et l'organisateur, ce syndic gère les installations mises à la disposition de la presse conformément au règlement.

De son côté, la LNB et ses clubs s'engagent à désigner un référent pour chaque match qui collabore avec le syndic.

Pour les événements LNB, les interlocuteurs sont un représentant de l'UJSF et les membres du service presse et média de la LNB.

Article 2 - Infrastructures presse

Tribune de Presse

Les journalistes disposent d'une tribune de presse avec un nombre suffisant de places, équipées de tables planes d'une profondeur de 0,70 m minimum et de sièges. La capacité de cette tribune est de 5 places par tranche de 750 places dans la salle, avec un minimum obligatoire de 15 sièges. Il doit être possible de circuler librement de la tribune de presse à la salle de presse avant, pendant et après la rencontre.

La tribune, à la visibilité totale, doit être bien délimitée (par une barrière ou une clôture), surveillée et protégée de l'envahissement du public par un contrôle mis en place par l'organisateur.

Elle doit être équipée de prises de courant en nombre suffisant.

Un accès Internet à haut débit (Wifi ou filaire) est obligatoire. Il doit fonctionner deux heures avant, pendant et deux heures après la rencontre.

Des emplacements (plateformes) sont prévus pour les caméras vidéo et tv, notamment pour les retransmissions de matches. Ils ne doivent en aucun cas être installés dans la tribune de presse ou gêner la visibilité des spectateurs ou des médias.

Elle est ouverte deux heures avant le coup d'envoi de la rencontre.

Positions Photographes

Le nombre de positions photographes est défini avant chaque début de saison par le club et validé par la LNB.

Il ne peut pas être inférieur à 12 places. Ces places sont situées dans la largeur du terrain de part et d'autre du panneau.

En fonction des configurations des salles, les emplacements photographes peuvent se trouver :

- derrière les panneaux publicitaires sur des banc bas ;
- sur le premier rang de tribune ;
- au sol derrière la ligne de fond.

En cas de présence spectateurs derrière les photographes (sièges courtside), une délimitation des places doit être effectuée selon les dimensions 94 x 120.

Des coussins peuvent être proposés pour améliorer le confort des photographes.

Les photographes ne peuvent pas entrer sur le parquet avant la fin de la rencontre, ni se déplacer devant ou derrière les bancs lors de temps-morts. Ils peuvent changer d'emplacement lors d'un temps-mort ou entre les quart-temps en passant du côté opposé à la table de marque.

Salle de Presse

Les journalistes professionnels disposent d'une salle de travail exclusivement réservée aux médias, équipée de tables et de chaises en nombre suffisant. Cette salle doit être la plus proche possible du terrain. Un accès Internet à haut débit, (Wifi ou filaire) est obligatoire. Il doit fonctionner deux heures avant, pendant et deux heures après la rencontre. Cette salle est ouverte aux journalistes jusqu'à deux heures après la fin du match.

Salle de Conférence de Presse

La Salle de conférence de presse est une salle équipée d'une table et de chaises, d'une grandeur suffisante pour accueillir les intervenants et les médias (au minimum 15 personnes).

La salle doit être sonorisée (micro sur la table et micro HF pour les journalistes de la salle). Un Boitier Presse (pour distribuer le son de la conférence aux enregistreurs de la presse) est fortement recommandé.

Un backdrop ou toile de fond visuelle doit être installé derrière la table des intervenants, afin d'assurer la visibilité des différents partenaires du club, de la LNB ainsi que la charte graphique de la compétition.

Homologation des infrastructures presse

Au début de chaque saison, le club fait une déclaration de l'ensemble des installations presse de la (ou les) salle(s) utilisée(s). La LNB procède à la vérification de ces installations et peut demander la mise en conformité.

Article 3 - Accréditations

Procédure d'accréditation

Les journalistes souhaitant s'accréditer doivent informer le Syndic de Presse.

Une plateforme dédiée peut être mise en place, la validation de son utilisation étant soumise à la LNB et l'UJSF.

A ce titre, les clubs doivent informer le service presse du club visiteur qui répercutera l'information auprès de ses contacts presse.

Validation des accréditations

Seuls les possesseurs de l'un des trois titres accréditifs suivants peuvent être accrédités :

- la carte Sports-Presse ;
- la carte de l'AIPS, l'Association Internationale de la Presse Sportive ;
- l'accréditation à la journée, valable uniquement pour un match déterminé et délivrée à titre exceptionnel par le syndic local.

Toute autre demande sera soumise au syndic.

24 heures avant la rencontre, le syndic valide la liste finale des accrédités. Les journalistes sont informés par mail.

Remise des accréditations

Un accueil spécifique pour la presse est défini au début de la saison.

Si les mesures de sécurité de la salle nécessitent un badge spécifique, la remise de celui-ci se fera à cet accueil. Dans le cas contraire, les cartes Sports Presse et accréditation Sport Presse à la journée délivrées par le syndic font foi.

Aucun autre badge permettant l'accès aux installations presse ne peut être délivré par le club, à l'exception des badges délivrés au personnel media des clubs visiteurs.

Les chasubles « Photographes » fournies par la LNB sont remises par le syndic à l'arrivée des personnes et sont retournées à l'issue de la rencontre.

Article 4 - Accréditation du Personnel des Clubs

Les Personnels des service Media/Communication des clubs en présence peuvent accéder aux installations presse de la rencontre selon les modalités suivantes :

Club hôte

Le club peut bénéficier au maximum de 3 accréditations :

- 1 place en tribune de presse pour un rédacteur ou le Responsable Presse du club ;
- 2 places en position photographes (vidéo / photo).
-

Afin de répondre aux obligations de la LNB en matière de transmission de photos, le photographe peut donner sa chasuble à un autre photographe du club le temps de son absence.

Les chasubles « club » spécifiques sont remises par le syndic à l'arrivée des personnes et sont retournées à l'issue de la rencontre.

Club visiteur

Le club peut bénéficier au maximum de 3 accréditations :

- 1 place en tribune de presse pour un rédacteur ou le Responsable Presse du club ;
- 2 places en position photographes (vidéo / photo).

Le club doit informer le club hôte et le syndic de Presse de leur présence avec la liste des personnes à accréditer.

Un badge de circulation est remis à l'arrivée.

Le Responsable Presse et une des deux autres personnes accréditées doivent avoir un accès au vestiaire de leur équipe.

Les chasubles « club » spécifiques fournies par la LNB sont remises par le syndic à l'arrivée des personnes et sont retournées à l'issue de la rencontre.

Les règles concernant les photographes (position, circulation pendant la rencontre) s'appliquent de la même manière pour les personnels des clubs opérant au bord du terrain. Il est interdit de se trouver derrière le banc ou sur le banc pour effectuer des prises de vues.

Article 5 - Conférence de Presse et Zone Mixte

Conférence de presse d'avant match (J-1 ou J-2)

La LNB recommande l'organisation d'une conférence de presse la veille ou l'avant-veille de chaque rencontre de championnat. Au moins l'entraîneur et un joueur choisi par le club y participent.

Cette conférence de presse ne peut pas faire l'objet d'une retransmission en direct.

Organisation de la Conférence de Presse d'après match

L'entraîneur et un joueur de chacune des deux équipes doivent se présenter en conférence de presse au plus tard quinze minutes après la fin du match pour répondre aux questions des médias. Cette conférence de presse est placée sous la responsabilité du syndic de la salle ou du référent.

Le syndic et le référent doivent veiller à l'équilibre des temps de parole destinés aux médias audiovisuels et écrits.

Cette conférence de presse ne doit pas être retransmise en direct, ni ouverte au public, ni à aucun membre de clubs à l'exception de la personne accompagnant le joueur.

Le club hôte doit s'assurer de la bonne captation de la conférence de presse et de sa diffusion à l'issue de celle-ci.

Il doit notamment s'assurer de disposer :

- d'une caméra et d'un système de prise de son relié à l'ordinateur ;
- d'un ordinateur équipé d'un logiciel de réalisation type OBS Studio ;
- d'une connexion internet avec un débit suffisant pour l'envoi des fichiers.

A l'issue de la conférence de presse, le club effectue un montage vidéo comprenant la première question posée à chaque intervenant mis bout à bout. Le fichier est ensuite téléchargé sur le compte YouTube de la LNB et est disponible 30 minutes à l'issue de la fin de la conférence de presse. Les clubs en présence peuvent utiliser ces images.

Une personne désignée par le club est présente tout au long de la conférence de presse afin d'en assurer le suivi technique.

Un cahier des charges spécifique à la charte graphique, la réalisation et l'envoi des conférences de presse est transmis au début de chaque saison.

Zone Mixte / Accès aux vestiaires

Une zone mixte doit être mise en place impérativement par l'organisateur à proximité de la salle de presse ou des vestiaires. Les joueurs doivent y transiter à la demande.

Les vestiaires peuvent être ouverts à la presse régulièrement accréditée quinze minutes après la fin du match si le club l'autorise.

Article 6 - Signalétique

Un fléchage entre les différentes zones (Tribune de Presse, Salle de Presse et de Conférence de Presse) doit être mis en place pour faciliter le déplacement des journalistes.

Article 7 - Evènements organisés par la LNB et Finales

Pour les évènements dont la gestion des medias est gérée par la LNB, un cahier des charges et une procédure d'accréditation spécifique sont mis en place.

Annexe – Convention LNB / UJSF

Article 1 - Interlocuteurs

L'UJSF s'engage à désigner, dans chacune des salles de PRO A et SECONDE DIVISION, un syndic responsable de la presse. Ce dernier a l'entière responsabilité des accréditations qu'il délivre. Interlocuteur privilégié entre les journalistes et l'organisateur, ce syndic gèrera les installations mises à la disposition de la presse dans le respect des termes de la présente convention.

De son côté, la LNB et ses clubs s'engagent à désigner un référent pour chaque match qui collaborera avec le syndic.

Pour les événements LNB, les interlocuteurs seront un représentant de l'UJSF et les membres du service presse et média de la LNB.

Article 2 – Tribune de presse

Les journalistes disposeront d'une tribune de presse avec un nombre suffisant de places, équipées de tables planes d'une profondeur de 0,70 m minimum et de sièges. La capacité de cette tribune sera de 5 places par tranche de 750 places dans la salle, avec un minimum obligatoire de 15 sièges. Il devra être possible de circuler librement de la tribune de presse à la salle de presse avant, pendant et après la rencontre.

La tribune, à la visibilité totale, doit être bien délimitée (par une barrière ou une clôture), surveillée et protégée de l'envahissement du public par un contrôle mis en place par l'organisateur.

Elle doit être équipée de prises de courant en nombre suffisant.

Un accès Internet à haut débit (Wifi ou filaire) est obligatoire. Il doit fonctionner deux heures avant, pendant et deux heures après la rencontre.

Des emplacements (plateformes) seront prévus pour les caméras vidéo et tv, notamment pour les retransmissions de matches. Ils ne doivent en aucun cas être installés dans la tribune de presse ou gêner la visibilité des spectateurs ou des médias.

Elle sera ouverte deux heures avant le coup d'envoi de la rencontre.

Article 3 - Salle de presse

Les journalistes professionnels disposeront d'une salle de travail exclusivement réservée aux médias, équipée de tables et de chaises en nombre suffisant. Cette salle devra être la plus proche possible du terrain. Un accès Internet à haut débit, (Wifi ou filaire) est obligatoire. Il doit fonctionner deux heures avant, pendant et deux heures après la rencontre.

Cette salle sera ouverte aux journalistes jusqu'à deux heures après la fin du match.

Article 4 - Conférence de presse

L'entraîneur et un joueur de chacune des deux équipes doivent se présenter en conférence de presse au plus tard quinze minutes après la fin du match pour répondre aux questions des médias. Cette conférence de presse, placée sous la responsabilité du syndic de la salle ou du référent, se déroule dans une salle équipée d'une table et de chaises, différente de la salle de presse et d'une grandeur suffisante pour accueillir les intervenants et les médias (au minimum 15 personnes).

La sonorisation de la salle est recommandée.

Le syndic et le référent devront veiller à l'équilibre des temps de parole destinés aux médias audiovisuels et écrits.

Cette conférence de presse ne doit pas être retransmise en direct, ni ouverte au public. Les clubs en présence pourront utiliser des extraits jusqu'à 90 secondes.

Article 5 – Télévisions non titulaires de droit

En cas de retransmission télévisuelle, les télévisions non titulaires de droits ne peuvent filmer durant la rencontre (à partir de la prise d'antenne ou au début de la captation en cas de retransmission en différée). Les caméras des journalistes non titulaires des droits seront stockées dans un local sécurisé durant la rencontre.

En cas de non-retransmission télévisuelle, les médias devront s'accréditer auprès du syndic et informer le titulaire de droit de leur présence sur la rencontre et de l'utilisation prévue des images. Le titulaire de droit fixera alors le cadre d'intervention durant les rencontres non télévisées avec les journalistes concernés.

Article 6 – Radios

Les journalistes professionnels des radios sont installés en tribune de presse. Pour les radios retransmettant en direct, un consultant par radio peut être autorisé à deux conditions : qu'il y ait de la place en tribune et qu'il soit légitime dans le monde du basketball. De même, est autorisé un technicien par radio qui retransmettra en direct. Aucune place ne lui sera garantie en tribune de presse.

Article 7 – Photographes

Les organisateurs doivent prévoir, pour les photographes de presse, des emplacements en nombre suffisant, derrière les lignes de fond du terrain et dans la diagonale opposée à celle utilisée en priorité par les arbitres. L'installation de dispositifs (banc bas, cubes en mousse) permettant aux photographes de s'asseoir est recommandée.

En cas de présence de panneaux publicitaires, ces places seront comprises derrière les panneaux publicitaires. En aucun cas, les photographes ne pourront se trouver devant ou sur les supports des panneaux de basket, ni à leur proximité immédiate. L'installation d'appareils photos sur les supports du panneau de basket devra avoir fait l'objet d'une demande spécifique. Après accord du diffuseur en cas de rencontre télévisée ou du référent presse du club dans les autres cas, l'installation devra être effectuée suffisamment tôt pour ne pas gêner l'échauffement des équipes.

Il est rappelé que les photographies prises, des joueurs et du public ainsi que l'utilisation qui en est faite, doivent respecter les règles civiles et pénales relatives notamment au respect du droit à l'image des personnes et à la vie privée. En conséquence, les médias qui prennent des clichés à l'intérieur des enceintes sportives et les utilisent ensuite le font sous leur entière responsabilité, tant civile que pénale.

Le port de chasubles pour identifier les photographes et différencier les professionnels des non-professionnels est obligatoire.

Les photographes sont admis en tribune de presse et peuvent disposer d'un pupitre si nécessaire.

En cas de forte affluence, en collaboration avec le syndic, ils ne seront pas prioritaires et devront alors installer leur matériel en salle de presse.

Les photographes devront également disposer de casiers avec fermeture à clefs ou par code, pour déposer leur matériel en toute sécurité.

Article 8 - Flashes électroniques

Les photographes peuvent installer des flashes électroniques (balcars) à concurrence de quatre paires, uniquement si ces derniers sont autorisés dans la salle où se déroule l'événement.

Une liste de priorité est établie au début de chaque saison par la Commission photo de l'UJSF, en liaison avec le service de presse de la LNB et communiquée aux clubs et syndicats concernés qui doivent impérativement faire respecter cet accord.

Les organisateurs doivent prévoir des points d'attache pour ces balcars, points établis en liaison avec le syndic de la salle et d'une structure (passerelle ou autre) aux quatre coins de la salle. Ces points doivent comprendre une alimentation de quatre lignes de 16 ampères dans les quatre angles de la salle.

Article 9 - Prises de vue

Les photographes ne devront pas pénétrer dans l'aire de jeu, et cela à aucun moment de la manifestation, afin de préserver l'angle de prises de vues pour toutes les positions des photographes. Ces dispositions devront aussi être appliquées pour les preneurs d'images TV et les commentateurs radios, à l'exception des techniciens travaillant pour les détenteurs de droit lors des retransmissions TV.

Pour les événements LNB, la photo de la remise du trophée et de l'équipe gagnante devra faire l'objet d'une organisation en amont, en collaboration avec le représentant de l'UJSF.

Article 10 – Zone Mixte / Accès aux vestiaires

Une zone mixte devra être mise en place impérativement par l'organisateur à proximité de la salle de presse ou des vestiaires. Les joueurs devront y transiter à la demande.

Les vestiaires peuvent être ouverts à la presse régulièrement accréditée quinze minutes après la fin du match si le club l'autorise.

Article 11 – Accréditation

A l'exception des événements LNB, l'accès aux salles et aux tribunes de presse pour les journalistes est strictement réservé aux possesseurs de l'un des trois titres accréditifs suivants :

- la carte Sports-Presse ;
- la carte de l'AIPS, l'Association Internationale de la Presse Sportive ;
- l'accréditation à la journée, valable uniquement pour un match déterminé et délivrée à titre exceptionnel par le syndic local.

Cette accréditation à la journée est remise :

- aux détenteurs de la carte de journaliste étranger résidant en France (carte MAE délivrée par le Ministère des Affaires Etrangères) ;
- aux journalistes non spécialisés sur présentation de leur carte d'identité des journalistes professionnels (carte officielle de la CCIJP).

Peuvent être admis, sur demande obligatoire, après accord du syndic et en fonction des places disponibles :

- le Consultant radio dans les conditions définies à l'article 6 ;
- le Technicien radio dans les conditions définies à l'article 6.

Le correspondant local de Presse pourra être accrédité à titre exceptionnel pour la seconde division à condition qu'il présente :

- un ordre de mission du Rédacteur en Chef du Média qui l'envoie ;

- une attestation d'assurance responsabilité civile professionnelle.

Sont également admis, sur simple demande :

- un représentant des services Internet de chaque club autre que photographe ;
- l'attaché de presse de chaque club ;
- un photographe de chaque club, à la seule condition qu'il s'engage à ne réserver sa production qu'à son seul club et ses partenaires ; tout manquement à cette règle donnera lieu à un refus d'accréditation.

Ces non-détenteurs de carte officielle sont placés sous la responsabilité de l'organisateur et les photographes de club porteront des chasubles de couleur différente de celle des photographes professionnels de presse.

Pour certaines rencontres, des accréditations spéciales peuvent être délivrées par le syndic. Elles sont alors les seules valables.

Pour les événements LNB, les accréditations se feront par le biais de l'UJSF. La liste des accrédités sera éditée et validée par l'UJSF qui délivrera, le jour de l'événement, des badges spécifiques pour accéder à la manifestation. A titre exceptionnel, la LNB et l'UJSF peuvent conjointement décider de ne pas appliquer cette procédure et de recourir à la procédure d'accréditation présentée au paragraphe précédent.

EN AUCUN CAS, LA CARTE REGIONALE DE CORRESPONDANT DE PRESSE, DELIVREE PAR LA FFBB, NE DONNE ACCES AUX TRIBUNES ET PLATEAUX DES SALLES DE PRO A ET PRO B.

EN AUCUN CAS, LES CLUBS NE SONT AUTORISES A DELIVRER DES CARTES OU BADGES MARQUES « PRESSE / MEDIA / TELEVISION (Non Titulaire de Droits)» AU MATCH OU A L'ANNEE.

Article 12 – Horaires

L'heure du coup d'envoi de la rencontre (ou de la dernière des rencontres) doit être fixée au plus tard à 20 heures du lundi au samedi. Des dérogations à l'année pour jouer à 20h30 peuvent être accordées par le Comité Directeur de la LNB.

Dans le cadre d'un contrat de retransmissions télévisées, une rencontre, par journée de championnat, pourra débuter à 20h45 au plus tard, sauf pour la dernière journée de la saison régulière du championnat de Pro A et seconde division.

Cette possibilité devient caduque en l'absence de contrat et sera examinée à la conclusion de tout nouveau contrat avec un télédiffuseur.

Pour toute autre demande de dérogation d'horaire de la part des clubs, la LNB s'engage à obtenir l'autorisation du syndic national.

Article 13 – Parkings

Il est recommandé que les organisateurs prévoient un parking gratuit réservé à la presse à proximité des enceintes sportives.

Article 14 - Futurs équipements

Lors de la construction de nouveaux équipements susceptibles d'accueillir des compétitions LNB, l'UJSF devra être consultée pour tout ce qui rapporte aux zones réservées aux médias (tribunes de presse, salle de presse, zone mixte, zone photographes, équipement pour les photographes et les télévisions, notamment pour l'éclairage permanent et l'éclairage d'appoint). La LNB ou les clubs s'engagent donc à informer l'UJSF ou le syndic local de tout projet de rénovation ou construction de salle les concernant.

Règlement régissant l'exploitation audiovisuelle, la communication, le marketing et la billetterie

Section 1 – Exploitation audiovisuelle des compétitions

Article 1 - Principes relatifs aux droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions professionnelles

Conformément à la Convention de délégation conclue entre la FFBB et la LNB, la LNB a délégué pour gérer et commercialiser les droits d'exploitation audiovisuelle du Championnat de France professionnel de première et de deuxième division.

Il en va de même pour toute autre compétition professionnelle organisée par la LNB ou toute rencontre organisée sous son égide (All Star Game LNB, Leaders Cup LNB...).

Article 2 - Programmation des matches télévisés

En vertu du ou des contrat(s) souscrit(s) par la LNB avec le(s) télédiffuseur(s), tout club de première division ou de deuxième division choisi pour être télédiffusé ne peut s'opposer à cette décision.

Le club recevant sera informé des règles établies par la LNB en ce qui concerne la publicité et les moyens à mettre à disposition de la LNB, de ses partenaires et du diffuseur lors de chaque retransmission télévisée.

Les clubs doivent également respecter les obligations inhérentes à la retransmission télévisée d'un match quant à la mise en place des moyens de productions convenus entre la LNB et la chaîne de télévision concernée.

Ces dispositions s'imposent aux deux clubs participants.

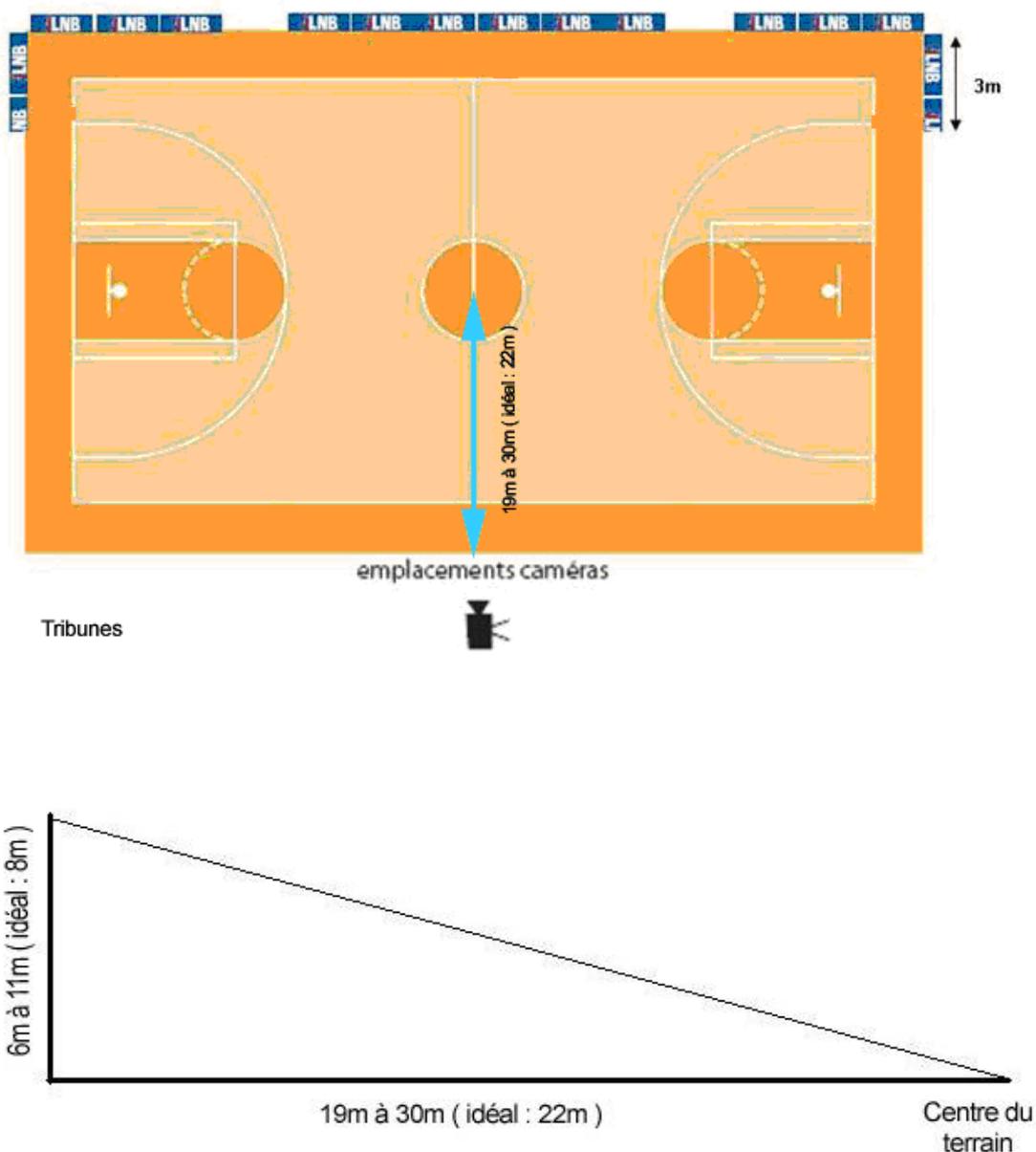
En fonction des choix de programmation télévisuelle, les rencontres de la LNB sont susceptibles de subir des modifications de jour et d'horaire. La LNB s'engage à faire le nécessaire pour informer les clubs 15 jours avant la date de la retransmission du choix du match à diffuser, à l'exception des play-offs ou de circonstances exceptionnelles.

Article 3 - Conditions d'exploitation des images de match par les clubs

Les conditions d'exploitation des images de match par les clubs sont prévues au sein des contrats de cession de droits audiovisuels conclus entre la LNB et ses diffuseurs. Les clubs s'engagent à respecter ces dispositions qui sont communiquées par la LNB dans les meilleurs délais.

Article 4 - Emplacement caméras

Les caméras nécessaires à la captation des rencontres sont situées conformément aux schémas exposés ci-après.



Article 5 - Moyens mis à disposition des équipes de production TV

Le club organisateur permet aux équipes TV d'accéder à l'intérieur de la salle à n'importe quel moment le jour du match, y compris pendant les shootings (domicile ou extérieur) des équipes. Seul l'accès au parquet leur est interdit pendant la durée des shootings d'avant-match mais les équipes TV peuvent évoluer et se déplacer pendant les shootings dans le reste de l'enceinte (plateforme caméra, tribunes, coursives, etc..) sans restriction.

Le club organisateur doit mettre à disposition du diffuseur, *a minima*, les emplacements suivants :

- Emplacement du poste commentateurs en bord terrain dans le prolongement de la ligne médiane ;
- Emplacement de 2 statisticiens TV et de l'assistant réalisateur ou chargé de production à la table de marque ;

- Emplacement du car ou de la régie légère (5 à 10m² dans une salle proche du terrain) et des caméras (fixes et cadres mobiles).

L'aire du car régie doit prévoir a minima un boîtier technique avec 1 branchement de 63 ampères triphasés, 2 prises 32 ampères triphasés, 2 prises 16 ampères. Pour une régie légère, la salle doit prévoir à minima un boîtier technique avec 2 prises 16 ampères monophasées.

Afin de faciliter la venue et l'installation des équipes de production, le diffuseur s'engage à envoyer au club organisateur la feuille de service de la rencontre à minima 72h avant l'heure du coup d'envoi de la rencontre.

Article 6 - Rencontres délocalisées

Afin d'assurer la bonne diffusion des rencontres délocalisées, le club organisateur doit s'assurer que le matériel nécessaire à la captation et à la diffusion soit mis en place : plateforme pour les caméras, connectivité, poste commentateurs.

Article 7 - Obligations des clubs lors de rencontres télévisées

Chaque club doit désigner une personne responsable de la liaison avec les équipes TV lors des rencontres. Elle peut être différente pour les matches se déroulant à domicile et ceux se déroulant à l'extérieur.

Cette personne est en charge de faire le lien avec l'équipe sportive pour les demandes d'interview.

Les équipes de télévision peuvent solliciter chaque club concerné par le match afin de réaliser des interviews de joueurs :

- Au moins 30 minutes avant le début du match ;
- À la fin du deuxième quart-temps avant le retour au vestiaire ;
- À la fin du match avant le retour aux vestiaires.

Les équipes de TV communiquent le nom du joueur désigné pour les interviews au responsable de chaque club.

Pour les coachs les interviews peuvent se dérouler :

- Au moins 3 minutes avant le début de la rencontre ;
- À la fin du match avant le retour au vestiaire.

Une caméra TV peut également se rendre à la fin du match dans le vestiaire de l'équipe gagnante.

Les équipes de télévision ont la possibilité de venir capter, via des perches, les temps-morts dans les conditions suivantes :

- accès aux équipes techniques TV pour filmer et sonoriser les temps-morts ;
- captation durant les QT1, QT2 et QT3 du banc n'ayant pas demandé le temps-mort ;
- captation durant les QT4 et les prolongations du banc ayant demandé un temps mort.

Chaque équipe pourra refuser 1 fois l'enregistrement du temps-mort par match.

Article 8 – Production autonome/automatisée des rencontres

Un club souhaitant produire de façon autonome une rencontre non-télévisée en vue de sa diffusion sur LNB TV est tenu de respecter les conditions d'un cahier des charges transmis par la LNB.

Dans le cas où un club ne souhaite pas produire de façon autonome une rencontre à domicile non-télévisée en vue de sa diffusion sur LNB TV, c'est l'outil de captation automatisée installé dans les salles des clubs de la LNB qui sera utilisé pour la production de la rencontre. Un cahier des charges à respecter sera également transmis par la LNB.

Section 2 – Communication

Article 9 - Charte graphique

La LNB a adopté une Charte graphique intégrant les logos de la LNB ainsi que ceux des championnats de première division, deuxième division et Espoirs. Celle-ci est disponible en annexe du présent règlement.

Cette charte graphique s'impose à l'ensemble des supports de communication, commerciaux ou graphiques ou produits dérivés utilisés par la Ligue ou par les clubs.

Les maquettes des supports imprimés utilisant les logos de la LNB, des compétitions ou des événements organisés par la LNB (backdrop, bannières...) sont soumises au préalable à la LNB pour vérification.

Le non-respect de la Charte graphique est susceptible d'entraîner des sanctions référencées dans l'Annexe 1 du règlement disciplinaire " Liste des infractions réglementaires relevant de la configuration « réglementaire » de la CJDR et mesures maximales encourues ".

Article 10 - Obligation des clubs concernant la communication digitale

Les clubs professionnels de première et deuxième division s'engagent à poster au maximum une fois par semaine un message de la LNB ou de ses partenaires sur leurs réseaux sociaux via leurs comptes officiels.

Les clubs assurent la programmation dudit post selon les conditions arrêtées en amont par la Ligue.

A ce titre, la LNB transmet aux responsables communication des clubs le texte correspondant, ainsi que le contenu visuel (si nécessaire) au minimum 24h avant la date de publication.

Article 11 - Obligations en matière de photos et vidéos

Article 11.1 - Envoi de photos en début de saison

Au plus tard 10 jours avant la 1^{ère} journée de la saison régulière, chaque club doit envoyer à la LNB une photo d'équipe (format JPEG, haute définition) avec l'ensemble des joueurs et le staff technique.

Sur cette photo, tous les joueurs doivent être en tenue de match et avoir une tenue d'une couleur identique. Tout ballon figurant sur cette photo doit être un ballon SPALDING, partenaire officiel de la LNB.

Chaque club doit également envoyer une photo en pied et buste (format JPEG haute définition), prise sur fond blanc, de chaque joueur (en tenue de match ou surmaillot ou survêtement aux couleurs du club), du Président, du staff technique, de l'Arena vue d'ensemble (Intérieur en situation de match avec public et Extérieur).

Ces photos doivent être libres de droit et déposées sur une plateforme dédiée, le club garantissant la LNB ainsi que ses partenaires commerciaux dans leur utilisation.

En cas de joueur ou de membre du staff mobilisé par les échéances internationales, il est demandé de fournir les photos dans le même timing même si l'effectif est incomplet. Le club devra alors fournir une 2ème photo avec l'ensemble des joueurs et des membres du staff au plus tard la veille de la J4.

Article 11.2 - Envoi de photos en cours de saison

Article 11.2.1 - Joueur qualifié en cours de saison

Pour chaque nouveau joueur intégrant l'effectif d'un club en cours de saison, ce dernier doit fournir à la LNB une photo portrait et buste (JPEG haute définition) et une photo en pied prises sur fond blanc (dans la mesure du possible) le lendemain de la qualification du joueur.

De plus, chaque groupement sportif doit transmettre à la LNB une photo du nouveau joueur en action de jeu après le premier match officiel.

Article 11.2.2 - Photos de matches

Chaque club doit alimenter, pour chaque match disputé à domicile, la base photos de la LNB en fournissant des photos nettes de joueurs en action de jeu, en plan serré, libres de droits :

25 photos de l'équipe à domicile dont :

- 1 photo en action, avec le ballon, et en pied de chaque joueur ayant foulé le parquet ;
- 5 photos en action, avec le ballon, et de plain-pied du meilleur marqueur de l'équipe (au moment du QT3).

25 photos de l'équipe à l'extérieur dont :

- 1 photo en action, avec le ballon, et en pied de chaque joueur ayant foulé le parquet ;
- 5 photos en action, avec le ballon, et de plain-pied du meilleur marqueur de l'équipe (au moment du QT3).

Au milieu du QT2, le photographe doit mettre en ligne un minimum de 25 photos dont la moitié (minimum 10) doivent être des photos de l'équipe adverse, en action, avec le ballon visible.

Ces photos doivent nécessairement être libres de droit, le club garantissant la LNB ainsi que ses partenaires commerciaux dans leur utilisation.

Article 12 - Obligations dans le cadre d'opérations événementielles proposées par la Ligue

La LNB peut proposer des opérations événementielles aux clubs de première et deuxième division. Ces derniers s'engagent à organiser ces opérations lors des rencontres sportives et à les relayer sur leurs supports de communication.

Le contenu et le déroulement de ces opérations événementielles sont définis par le service Marketing de la LNB en échange avec les clubs participant et font l'objet de l'envoi d'un guide spécifique.

A ce titre, les clubs fournissent à la LNB les formats de leurs bannières web.

La Ligue préconise aux clubs de mentionner les comptes officiels de la LNB sur chaque publication sur les réseaux sociaux et de reprendre les hashtags faisant référence aux championnats et aux événements cités (#BetcliqueLITE, #PROB, #Espoirs).

Section 3 – Marketing

Article 13 - Principes généraux relatifs au marketing

Article 13.1 – Compétence de la LNB en matière de droits marketing

Conformément à la convention conclue entre la FFBB et la LNB, la LNB a délégué pour définir et commercialiser les droits d'exploitation marketing des compétitions qu'elle organise et dont elle conservera l'intégralité des produits à son bénéfice.

En tant qu'organisateur des Championnats de France professionnels de première et deuxième division, la LNB est titulaire des droits marketing de ces compétitions.

Le présent règlement définit les droits et devoirs des clubs comme des partenaires de la LNB, construits autour du respect des impératifs de bon déroulement des compétitions organisées comme de l'impératif de développement économique de la LNB et des clubs professionnels.

Par ailleurs, l'application des contrats conclus par la LNB avec ses partenaires implique le respect par chaque club du présent règlement qui concerne l'intégralité des rencontres officielles des compétitions organisées.

Article 13.2 – Liberté de publicité laissée aux clubs

La LNB autorise les clubs à bénéficier de l'appui de partenaires, qu'ils soient privés ou publics, et à se prêter à une certaine forme de publicité en leur faveur, dès lors que les engagements pris avec ces partenaires ne sont pas contraires aux règlements LNB ou aux lois en vigueur.

Toute publicité doit être conforme aux textes légaux et réglementaires en vigueur. Sont en particulier exclues toutes publicités :

- De caractère équivoque ou contraire aux bonnes mœurs ;
- De boissons alcoolisées ou de tabac ;
- De paris sportifs illicites, notamment les opérateurs non agréés.

La LNB recommande aux clubs de lui soumettre pour avis tout ce qui pourrait poser problème quant à la nature de l'activité du partenaire. La LNB restera étrangère aux conventions et obligations liant les clubs aux partenaires et ne pourra être prise, en aucun cas, comme arbitre d'un différend.

La LNB reste seule juge pour tous les cas particuliers qui peuvent se présenter.

Article 13.3 – Règlementation du principe d'exclusivité marketing

Il est précisé que la LNB ne peut imposer à un club une exclusivité de secteur d'activité dans l'enceinte sportive ou sur l'équipement des joueurs au bénéfice des partenaires de la LNB, sauf exception spécifique lors des Finales de championnat ou d'une compétition particulière.

De la même façon, un club ne peut invoquer une exclusivité de secteur consentie à l'un de ses partenaires pour s'opposer à la présence d'un quelconque partenaire de la LNB lors d'un match dans les conditions prévues par le règlement ou spécifique à l'évènement sportif.

Article 13.4 – Exploitation commerciale de l'image de la Ligue ou des compétitions par les clubs

La LNB est seule habilitée à commercialiser des produits dérivés siglés de son logo ou des logos des compétitions et des événements organisés par la LNB (marque verbale composite ou marque semi-figurative comprises).

Aucune commercialisation par les clubs de produits dérivés siglés des logos des compétitions organisés par la LNB ne pourra s'opérer sans l'autorisation écrite de la LNB.

Article 14 - Exploitation de l'image des clubs par la LNB

Article 14.1 – 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 LNB) 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 14.2 – Dispositions générales

La LNB 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 Basketball, auxquels les partenaires commerciaux de la LNB 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, etc.) ;
- d'accords de partenariat, dans le cadre desquels la LNB 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 LNB 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 d'égale dimension de tous les clubs participant à une même compétition professionnelle ;

- la reproduction sur un même support à l'occasion d'une rencontre précise d'une compétition professionnelle, de l'Image d'égale dimension des deux clubs participant à cette rencontre.

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

En s'engageant dans les compétitions organisées par la LNB, les clubs autorisent la LNB 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 en cas échéant par la LNB au titre de cette exploitation sont notamment destinées à être réparties dans les conditions fixées chaque saison par le Comité Directeur de la LNB.

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 LNB garde toutefois la faculté de continuer à exploiter l'image d'un club après qu'il ait perdu sa qualité de membre de la LNB 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 LNB, 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 LNB dans les conditions définies ci-dessus.

Article 15 - Obligations marketing des clubs de première et deuxième division

Article 15.1 – Obligations marketing pendant les rencontres

Les règles relatives au marketing et à la publicité dans le cadre des rencontres de première et de deuxième division sont définies par la LNB au sein du présent règlement.

Le non-respect de ces obligations sera susceptible d'entraîner une amende maximale de 10 000 euros par manquement.

Article 15.1.1 – Animations LED

La LNB se réserve le droit de diffuser un certain nombre d'animations, allant jusqu'à 50% du temps de la rencontre, pour sa propre promotion ou celles de ses partenaires. La LNB met à disposition des clubs les animations vidéos au format correspondant au cahier des charges LED que les clubs doivent communiquer à la LNB avant le 20 août de chaque saison.

La LNB indique aux clubs les temps de passage minimum par rencontre pour chaque animation LED. Des contrôles des temps de passage peuvent être effectués par la LNB.

Article 15.1.2 – Annonces micro

La LNB s'engage à mettre à disposition des clubs des annonces sonores spécifiques ainsi qu'un conducteur 24h avant les rencontres sportives. Les speakers des clubs professionnels sont tenus de respecter ce conducteur et ces annonces micros, conformément aux obligations contenues dans la Charte de l'animation (annexe du chapitre 2 - Les règlements sportifs).

L'identité sonore de la LNB doit être diffusée juste avant le coup d'envoi des 1er et 3ème QT, lorsque les 5 de départ des deux équipes rentrent sur le terrain, ainsi qu'au coup de sifflet final de la rencontre. La diffusion doit être faite de manière solennelle (aucune intervention micro à ce moment précis).

Article 15.1.3 – Jeux concours et opérations de promotion

La LNB et ses partenaires ont la possibilité d'organiser des jeux concours ou des opérations de promotion lors ou autour des matchs. Le club s'engage à mettre en place ces actions selon les modalités définies en accord avec la LNB.

Article 15.2 – Obligations marketing hors rencontres sportives

Dans le cadre de l'exploitation marketing des compétitions sportives organisées à la LNB et selon les obligations contractuelles déterminées entre la LNB et ses partenaires, les clubs peuvent être amenés à effectuer des opérations de promotion diverses auprès des partenaires de la LNB.

Le non-respect de ces obligations est susceptible d'entraîner une amende maximale de 10 000 euros par manquement.

Article 15.3 – Distinctions personnelles

Chaque mois, la LNB procède à l'élection du joueur du mois en première division. Une fois cette élection terminée, la LNB envoie au club le protocole de remise du trophée. La remise du trophée se fait lors du match à domicile suivant l'annonce de la distinction par un remettant identifié ou validé par la LNB.

Le club doit mettre à disposition son joueur, sous réserve de requête de la part de la LNB, pour une interview (téléphonique ou autre procédé). Le club doit également transmettre à la LNB une photo de la remise du Trophée de joueur du Mois qui sera communiquée sur les réseaux sociaux.

Ce principe est le même dans le cadre de l'élection du meilleur jeune, du 6ème homme de chaque journée (ou de toute autre distinction personnelle), le club devra mettre à disposition le joueur, sous réserve de requête de la part de la LNB, pour une interview ainsi que des photos du joueur en action. Il est entendu que ces photos devront être libres de droit.

Le non-respect de ces obligations est susceptible d'entraîner une amende maximale de 5 000 euros par manquement.

Article 15.4 – Evènements et autres compétitions

La LNB est également habilitée à gérer et commercialiser les espaces publicitaires des matchs de toute autre compétition professionnelle organisée par elle ou sous son égide, notamment la Leaders Cup LNB, les « Finales », le « Trophée du Futur », etc.

Pour chacune des compétitions concernées, les règles relatives à la gestion et à la commercialisation des espaces publicitaires sont fixées au sein des cahiers des charges

respectifs et adoptés par le Comité Directeur de la LNB. Des sanctions peuvent être appliquées en cas de non-respect de ces cahiers des charges.

Article 16 - Tenues de match

Article 16.1 – La Charte Visuelle des Tenues Officielles

Les marquages de toutes natures (partenaires privés ou publics, numéros, sigle LNB, logo de l'équipementier, logo du club...) sur les maillots et shorts officiels des équipes disputant les Championnats de France première division et deuxième division (ainsi que l'ensemble des compétitions déléguées par la FFBB à la LNB et organisées par cette dernière) doivent impérativement respecter les règles (nombre, positionnement, surface maximale, distance minimale...) figurant au sein du présent règlement et correspondant à la Charte Visuelle des Tenues Officielles détaillée au sein des articles suivants.

Les clubs doivent soumettre à la LNB l'intégralité des designs, pour validation, au plus tard le 20 août de chaque saison sportive. Sans validation en amont, les clubs peuvent se voir attribuer une sanction financière ainsi qu'une obligation de mise à jour des designs des tenues officielles.

Les designs soumis à la LNB doivent comporter toutes les indications obligatoires présentes dans ce document (dimensions des logos des partenaires, espacements entre les éléments, etc...).

Une fois approuvées, les tenues ne peuvent pas être modifiées, que ce soit pour le design général ou pour des modifications concernant les partenaires, sans validation de la LNB.

Article 16.1.1 – Principes généraux

Les tenues de match doivent être identiques pour tous les membres d'une même équipe.

Sur la tenue de match, l'ensemble des marquages correspondant aux numéros ou noms des joueurs doit être de la même couleur.

En outre, les noms et numéros de joueurs sont obligatoires sur les maillots et doivent être uniformes entre les membres d'une équipe.

Le numéro se compose au maximum de deux couleurs et est compris entre 0 ou 00 et 99.

Article 16.1.2 – Harmonie globale des tenues



La LNB souhaite que les clubs travaillent sur l'harmonie globale des tenues, que ce soit au niveau du design, du code couleur utilisé, mais aussi des logos partenaires. La LNB encourage ainsi fortement les clubs à utiliser la bichromie dans la création de leurs designs et interdit les aplats sous les logos des sponsors présents sur les tenues officielles.

Article 16.1.3 – Coloris et lisibilité



Chaque club définit chaque saison :

- une tenue de match N° 1
- une tenue de match N° 2 d'une couleur différente et contrastée de celle N°1

En complément, la LNB préconise aux clubs de proposer un troisième lot de maillots, dit « third », contrastant avec les deux précédents.

La LNB se réserve le droit de refuser un visuel.

En accord avec le club, la LNB travaillera ainsi sur une harmonie de couleurs permettant la lisibilité des officiels et du public.

Article 16.1.4 – Le Word Mark



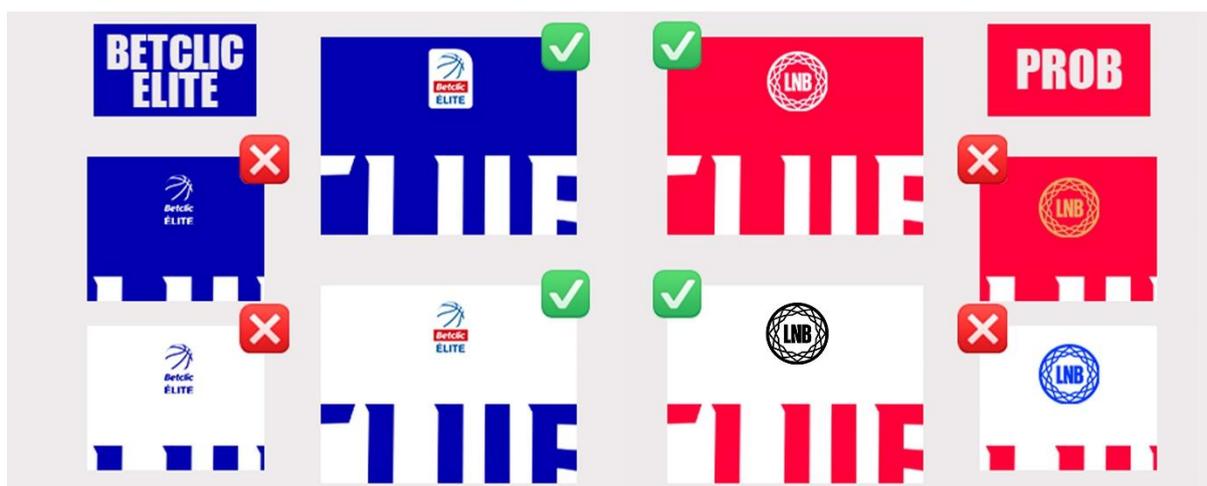
Le word mark du club peut faire référence au nom du club, de la ville ou du territoire.

Il doit faire minimum 8 cm de hauteur et ne devra pas dépasser 35 cm de largeur.

Une harmonie doit être respectée, pour ne pas être en rupture avec le reste de la tenue. La police de caractère utilisée doit être unique et propre au club et ne reprend, en aucun cas, la charte graphique ou la couleur d'un partenaire ou d'une collectivité.

Il doit être assorti au style du numéro situé au-dessous.

Article 16.1.5 – L'utilisation du logo Betclac ELITE ou LNB



Le logo du championnat Betclac ELITE (pour la première division) ou ELITE 2 (pour la deuxième division) doit apparaître sous le col du maillot et avoir une hauteur de 4 cm. Pour les équipes de première division, le logo Betclac ELITE est à appliquer en couleur avec un cartouche blanc.

Pour les équipes de deuxième division, le logo ELITE 2 doit apparaître en couleur avec un cartouche blanc.

Article 16.1.6 – Les tenues d'échauffement



La LNB oblige les équipes engagées en LNB à faire la présentation des équipes officielles avec la même tenue, identique pour chacun des joueurs qualifiés pour les rencontres.

Le logo de la LNB (4cm) devra apparaître sous le col, que ce soit pour une équipe de première ou de deuxième division.

Le Word Mark du club doit être identique au maillot officiel.

La publicité pour 5 partenaires privés ou publics est autorisée :

- 2 partenaires sur la face avant, alignés verticalement ;
- 1 partenaire sur la face arrière ;
- 1 partenaire sur chacune des manches.

Les clubs doivent envoyer les designs de ces tenues d'échauffement à la LNB pour validation en même temps que les autres tenues, soit au plus tard le 20 août de chaque saison sportive.

Article 16.1.7 – Les accessoires



La LNB interdit les joueurs engagés sur les rencontres de ses championnats, de porter des accessoires siglés du logo d'une autre ligue (NBA, ACB, etc...).

Elle se réserve également le droit de refuser les accessoires siglés d'une marque différente de celle du club, ou encore à cause d'un élément visuel trop gros ou peu harmonieux à l'ensemble.

Cela concerne les chaussettes de différentes tailles, les manchettes, les bandeaux ou encore les tee-shirts manches courtes.

Aucun autre logo de partenaire ne pourra s'afficher sur les tenues et accessoires des joueurs et staff, hormis ceux indiqués dans les maquettes de ce document (partenaire sur les chaussettes, costumes du staff...).

Article 16.1.8 – Les tenues en bichromie

La maquette ci-dessous présente les emplacements, espacements et dimensions autorisés pour chaque marquage dans le cadre d'une tenue proposée en bichromie.



Le même règlement est applicable pour les maillots à manches que pour les maillots sans manches classiques sur les points suivants :

- Les tailles de chaque élément d'une tenue complète en monochromie ;
- Les tailles de chaque élément d'une tenue en polychromie ;
- Les espacements entre chaque élément d'une tenue complète en monochromie ;
- Les espacements entre chaque élément d'une tenue en polychromie ;
- La taille du logo Betclac ELITE ou LNB (4cm) ;
- Les tailles des noms, numéros et logos clubs.

Une exception est faite sur les manches : un espace supplémentaire est ainsi disponible à la commercialisation (voir schéma ci-dessus). Les deux manches doivent cependant être identiques.

Article 16.2 – Code Vestimentaire

Article 16.2.1 – Pour les joueurs

En avant-match :

A leur entrée sur le terrain, l'ensemble des joueurs doit être vêtu du surmaillot ou du survêtement officiel du club. Tous les joueurs d'une même équipe doivent toutefois être vêtus de manière identique.

Lors de la présentation des équipes en avant-match, tous les membres d'une même équipe doivent avoir une tenue identique composée de la tenue de match et du surmaillot officiel du club.

Pendant le match :

Les maillots doivent impérativement être rentrés dans les shorts.

Les bretelles des maillots ne doivent être déformées ou modifiées par aucun dispositif.

Les shorts doivent impérativement arriver au-dessus du niveau du genou des joueurs, de telle sorte que le genou soit entièrement visible. Cette disposition est applicable durant l'intégralité de la rencontre.

A l'issue du match :

A l'occasion d'une remise de récompenses, tous les membres d'une même équipe doivent avoir une tenue identique, soit le maillot ou surmaillot officiel, soit le survêtement officiel du club.

Les joueurs doivent se présenter en maillot ou avec le surmaillot officiel du club en conférence de presse.

A l'occasion des événements de la LNB :

Les joueurs doivent respecter un code vestimentaire propre à chaque événement pour leur présence lors de ces manifestations. Pour chaque événement, le code vestimentaire leur sera précisé au moment de leur convocation.

Article 16.2.2 – Pour les entraîneurs

Les entraîneurs doivent se présenter en costume lors de leur entrée sur le terrain ainsi que lors des conférences de presse et de toute manifestation officielle organisée par la LNB à laquelle ils sont conviés.

Article 16.2 3 - Pour le reste du staff

Les membres du staff sportif, à l'exception des entraîneurs, doivent se présenter en tenue officielle du club, identique pour chacun d'entre eux, lors de toute la rencontre ainsi que lors des conférences de presse ainsi que lors de toute manifestation officielle organisée par la LNB à laquelle ils sont conviés.

Article 16.3 – Obligations en matière de merchandising

Chaque club de première division a pour obligation de fournir à la LNB six (6) tenues officielles domicile selon la répartition suivante : deux (2) maillots en taille S, deux (2) maillots en taille M, deux (2) maillots en taille L.

Chaque club de deuxième division a pour obligation de fournir à la LNB deux (2) tenues officielles domicile selon la répartition suivante : un (1) maillot en taille S et un (1) maillot en taille L.

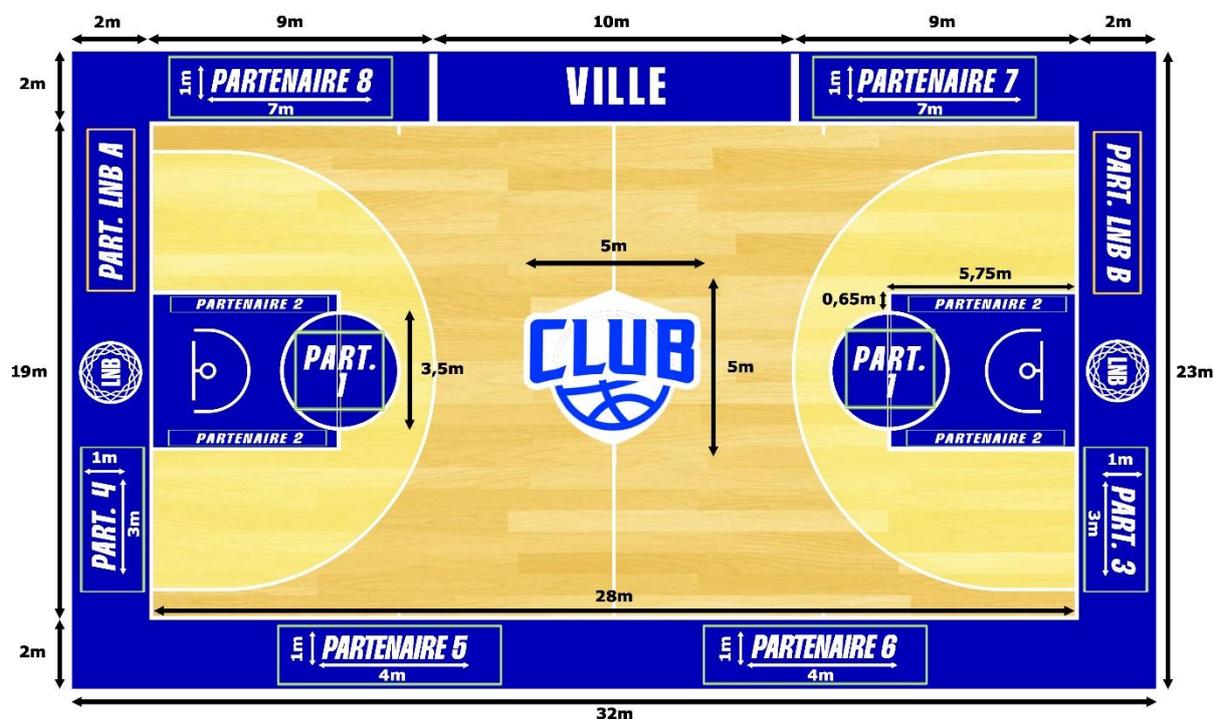
Toutes ces tenues doivent être envoyées à la LNB au plus tard le 1er octobre de la saison en cours.

Le non-respect de ces obligations est susceptible d'entraîner une amende maximale de 1 000 euros par manquement.

Article 17 - Les emplacements publicitaires sur l'espace de jeu et son environnement

Article 17.1 – La Charte terrain

Les espaces publicitaires de l'espace de jeu et de son environnement doivent respecter la Charte terrain ci-après :



Article 17.1.1 – Lignes

Les lignes de jeu doivent être tracées conformément à la réglementation FIBA.

Les lignes peuvent être peintes ou stickées d'une couleur unique au choix, clairement distincte du pourtour et du parquet.

Tout autre tracé sportif (lignes, zones) doit être masqué lors d'une rencontre télévisée par le diffuseur officiel.

Pour le rond central comprenant le logo du club et les ronds de raquette comprenant des partenaires du club, la ligne médiane ainsi que les lignes des lancers-francs doivent être détournées (2 liserés de 3 à 5 mm) de façon à garantir une visibilité des acteurs du jeu tout en restant discret et esthétique visuellement.

Article 17.1.2 – Pourtour de terrain

Le pourtour de terrain, d'une largeur de 2 mètres, doit être peint ou stické d'une couleur unique correspondant à la charte graphique du club. Les clubs de deuxième division n'ont pas l'obligation de masquer les éventuelles zones de handball ou autres tracés sportifs qui traversent le pourtour terrain sauf en cas de match télévisé par le diffuseur officiel.

Sur accord exprès de la LNB, il est possible d'appliquer des effets artistiques au pourtour terrain afin de mettre en avant la marque club, le territoire ou une opération marketing.

Article 17.1.3 – Raquettes

Les raquettes doivent être peintes ou stickées de la même couleur que le pourtour de terrain ou, sous réserve de validation de la LNB, d'une couleur secondaire faisant partie de la charte graphique du club. Les clubs engagés en Coupe d'Europe peuvent, sous réserve de validation de la LNB, ne pas sticker ou peindre les raquettes et y garder l'aspect naturel du parquet.

Article 17.1.4 – Teintes du parquet

Le parquet est composé de deux teintes : une pour la zone à deux points, une autre pour la zone à trois points. Les clubs ont la liberté de choisir leurs teintes à partir d'une gamme prédéfinie par la LNB.

En matière de teintes, il est par ailleurs préconisé :

- D'utiliser une teinte claire dans la zone à deux points et une teinte plus foncée dans la zone à trois points ;
- De ne pas utiliser deux types de teintes trop contrastées.

Article 17.1.5 – Logo du club

Le logo du club ou une déclinaison du logo du club (sous réserve de validation de la LNB) doit être présent dans le rond central.

Article 17.1.6 – Ville représentative du club

Le nom de la ville représentative du club est inscrit devant la table de marque et entre les deux lignes délimitant les zones dédiées aux entraîneurs (zone de dégagement haute par rapport aux caméras du diffuseur officiel pour la première division et face aux caméras automatiques pour la deuxième division).

Un seul nom de ville est autorisé, dans une police neutre et facilement lisible. Cette inscription ne peut pas être un logo de la collectivité.

Article 17.1.7 – Espaces à disposition des clubs

Les espaces à disposition des clubs doivent impérativement respecter les dimensions prévues par la Charte terrain. Ces derniers sont également positionnés de sorte qu'ils soient face à la position principale des caméras du diffuseur officiel et qu'ils soient lisibles à la télévision pour les clubs de première division. Ils sont positionnés de sorte qu'ils soient face aux caméras automatiques pour les clubs de deuxième division.

Les espaces à disposition des clubs, indiqués sur la maquette présentée à l'article 16.1, sont :

- Emplacement partenaire (privé) club n°1 (ronds de raquette) : les 2 ronds de raquette sont à usage exclusif des clubs et doivent être identiques. La polychromie est autorisée ;
- Emplacement partenaire (privé-public) club n°2 (bandes de raquette) : les 4 bandes de raquette sont à usage exclusif des clubs et ne peuvent être dédiées qu'à un seul et même partenaire du club. Deux marquages différents, mais homogènes, peuvent être acceptés dès lors qu'ils sont apposés de manière symétrique et ont une forme similaire. La bichromie, le détournage et l'orientation face caméra sont obligatoires ;
- Emplacements partenaires (privé-public) club n°3 et n°4 (ligne de fond basse) : Les 2 emplacements en bas des 2 lignes de fond sont à usage exclusif des clubs. La bichromie et le détournage sont obligatoires et les dimensions maximales autorisées sont de 3m par 1m ;

- Emplacements partenaires (privé-public) club n°5 et n°6 (zone de dégagement située face à la table de marque) sont à usage exclusif des clubs. La bichromie et le détournage sont obligatoires et les dimensions maximales autorisées sont de 4m par 1m ;

- Emplacements partenaires (privé-public) club n°7 et n°8 (situés devant les bancs d'équipe) sont à usage exclusif des clubs. La bichromie et le détournage sont obligatoires et les dimensions maximales autorisées sont de 7m par 1m.

Article 17.1.8 – Espaces à disposition de la LNB

Trois emplacements sont réservés à la LNB :

- L'emplacement situé au milieu de chaque ligne de fond, est dédié au logo de la LNB ;
- Les emplacements A et B, situés dans l'angle haut de chaque ligne de fond, sont réservés pour des partenaires de la LNB. Si la LNB n'a pas commercialisé ces emplacements au 1er novembre de chaque saison sportive, la LNB s'engage à les libérer au profit du club pour la totalité de la saison régulière, hors finales LNB. En cas d'une signature d'un partenaire en cours de saison, la LNB pourra toujours bénéficier de la visibilité sur cet emplacement tant qu'aucun accord n'aura été signé par le club avant la signature dudit partenariat par la LNB. Dans le cas contraire, le club devra prouver l'existence d'un contrat signé antérieurement au contrat LNB (et postérieur au 1er novembre de la saison en cours). Lors des phases finales, la LNB peut récupérer cet emplacement et le commercialiser.

Le club souhaitant donc bénéficier de cet emplacement pour un de ses partenaires privé-public doit effectuer une demande écrite à la LNB et ne peut s'engager sur un contrat de plus d'une saison sportive, en excluant les phases finales.

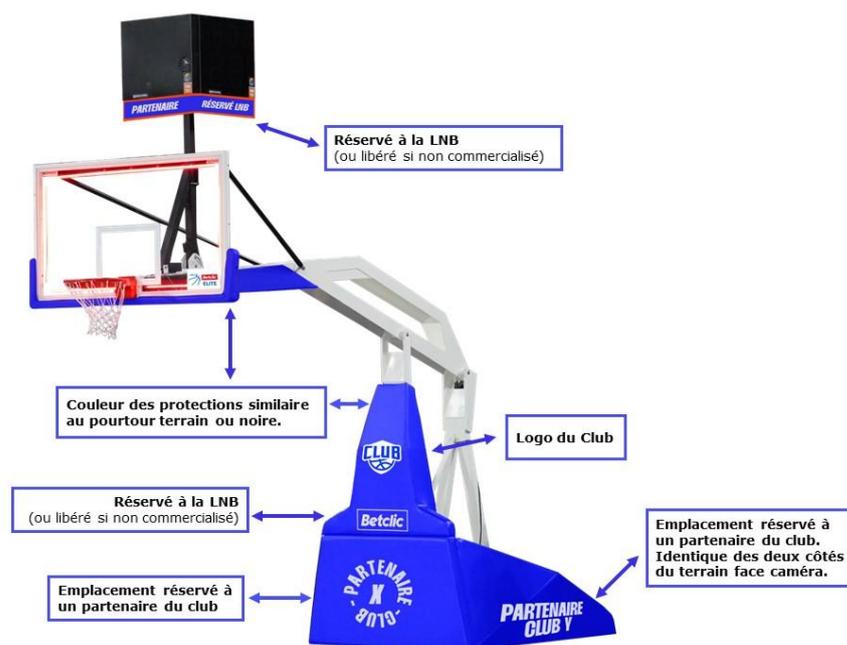
- L'emplacement situé de part et d'autre de la ligne médiane, est réservé pour l'éventuel namer de la compétition.

Article 17.1.9 – Toblerones

Dans le prolongement des LEDS et sur le pourtour du terrain visible face caméra (diffusion TV ou Système de captation de la LNB), la LNB dispose d'espaces appelés Toblerones qui sont réservés à des partenaires de la LNB.

Aucun autre élément de publicité entre les LEDS et le but de basket ne peut être affiché sur ce pourtour visible face caméra.

Article 17.2 – Buts de Basket



Article 17.2.1 – Couleur des protections

La couleur des protections des buts de basket doit être identique à celle du pourtour de terrain et des raquettes ou de couleur noire.

Article 17.2.2 – Emplacements sur les protections

Sur la face de l'en-base :

- La partie haute est réservée pour le logo du club. Celui-ci peut être en bichromie ou en polychromie ;
- La partie du milieu est réservée pour un partenaire de la LNB. Toutefois, si ce dernier emplacement n'est pas commercialisé par la LNB au 1^{er} novembre de chaque saison sportive, la LNB s'engage à le libérer au profit du club pour toute la durée de la saison sportive à venir, hors Finales ;
- La partie basse est réservée exclusivement au club pour un partenaire privé/public ou pour communiquer sur ses réseaux sociaux. La bichromie et le détournement sont obligatoires.

Sur les côtés :

- Face aux caméras du diffuseur (en première division) / face aux caméras automatiques (en deuxième division) : le club peut commercialiser les deux buts de basket pour un unique partenaire privé/public. La bichromie et le détournement sont obligatoires ;
- Opposés aux caméras du diffuseur (en première division) / face aux caméras automatiques (en deuxième division) : le club peut commercialiser les deux paniers indépendamment l'un de l'autre. La bichromie et le détournement n'y sont pas obligatoires.

Article 17.2.3 – Bras de paniers

Le club peut utiliser les protections de bras de paniers pour communiquer sur ses réseaux sociaux ou pour afficher la marque distributeur du panier (stickage ou peinture uniquement). La bichromie et le détournage sont obligatoires. Néanmoins, aucun autre support qu'un module LED ne peut être utilisé sur la structure des buts.

Article 17.2.4 – Module LED sur le but

La LNB recommande l'utilisation de module LED sur la structure des buts. La LNB, lors des matchs télévisés, disposera impérativement de 33% du temps de passage sur ces modules.

Aucun autre support qu'un module LED ne peut être utilisé sur la structure des buts.

Article 17.2.5 – Panneaux de Basket

La publicité est interdite sur les plexiglas des panneaux.

Le logo de la compétition doit figurer en bas et à droite de chaque plexiglas du panneau de basket.

Aucun sigle autre que celui de la compétition n'est autorisé.

Chaque club doit veiller à la mise en place de filets en bon état, de couleur et de forme identique, ainsi qu'au nettoyage des plexiglas avant chaque match.

Article 17.2.6 – Support sur le chronomètre des tirs 24 secondes

Les chronomètres des tirs peuvent être utilisés comme supports publicitaires tant que ces derniers ne perturbent pas le déroulement du jeu. Ces supports seront réservés à la LNB.

Toutefois, si ces supports ne sont pas commercialisés par la LNB au 1er juillet de chaque saison sportive, cette dernière s'engage à les libérer au profit du club pour toute la durée de la saison sportive.

En cas d'une signature d'un partenaire en cours de saison, la LNB peut toujours bénéficier de la visibilité sur ces supports tant qu'aucun accord n'aura été signé par le club avant la signature dudit partenariat par la LNB. Dans le cas contraire, le club doit prouver l'existence d'un contrat signé antérieurement au contrat LNB (et postérieur au 1er juillet de la saison en cours).

Article 17.3 – Les Equipements techniques

Article 17.3.1 – Les supports LED

Les panneaux LED sont un support de visibilité permettant de diffuser des publicités pour plusieurs annonceurs. A ce titre, aucun élément matériel ne doit venir entraver ou masquer les animations diffusées, et ce pendant toute la durée du match.

Leur positionnement doit être réalisé face caméras (diffusion TV et Système de captation de la LNB). Dans le cas où les caméras Système de captation de la LNB et TV seraient inversées, le club s'engage à modifier l'emplacement des panneaux LED selon les matches pour répondre à cette obligation.

Tous les clubs doivent être équipés d'une panneautique LED. Le dispositif LED doit être installé à l'extérieur des limites du jeu, le long de la ligne de touche et des lignes de fond, à une distance minimum de deux mètres.

Les systèmes LED doivent respecter les critères suivants :

- Longueur totale des panneaux disposés le long du terrain : un minimum de 30 mètres pour les clubs de première division et de 12 mètres pour les clubs de deuxième division (sauf en cas de diffusion TV où le dispositif devra être identique à la première division) ;
- Hauteur des panneaux : de 80 cm à 100 cm (hors protections) ;
- Espace entre les « pixels réels » des panneaux : 16 millimètres maximum ;
- Possibilité de régler la luminosité des panneaux (en cas de rencontre télévisée notamment).

Le cahier des charges technique LED doit être envoyé par chaque club à la LNB au plus tard le 20 août de chaque saison sportive.

Les panneaux situés en fond de terrain doivent respecter les normes de sécurité de tous les participants du jeu. Ils doivent ainsi être munis de protections afin d'amortir d'éventuels chocs et de préserver la sécurité des participants.

Article 17.3.2 – Table de marque

Compte tenu de la disposition du système de panneautique LED le long de la ligne de touche devant la table de marque, la publicité sur sa face avant est prohibée.

Article 17.3.3 – Tableau d'affichage

La publicité est permise autour du tableau d'affichage à condition qu'elle ne gêne ni sa visibilité ni son fonctionnement.

Article 17.3.4 – Ecrans géants

La publicité sur un ou plusieurs écrans géants est autorisée, à condition que les messages, qui y paraissent, ne nuisent pas au bon déroulement du match et qu'ils ne situent pas dans le champ direct des caméras.

Si les messages, qui y paraissent, sont accompagnés de son, ils ne peuvent passer qu'au moment des temps-morts ou à la mi-temps.

Article 17.4 – Les Equipements de jeu

Article 17.4.1 – Banc des joueurs

La publicité y est autorisée mais ne doit en aucun cas poser de problème de visibilité, que ce soit pour les spectateurs comme pour la télévision.

Article 17.4.2 – Nettoyeurs de parquet

La publicité y est autorisée, à condition que la tenue soit correcte et identique pour tous.

Article 17.4.3 – Ballons

SPALDING est le Fournisseur Officiel de ballons de la LNB.

Au début de chaque saison, la LNB enverra une dotation de ballons SPALDING à tous les clubs. Chaque club est tenu de disputer tous les matches des compétitions officielles de la LNB avec les ballons SPALDING fournis par la LNB.

Ces ballons doivent être en bon état, et les sigles SPALDING, LNB et celui du partenaire titre de la compétition clairement lisibles. La présence d'un ballon d'une marque autre que SPALDING sur tout support de communication du club ou lors des animations faites sur le terrain est interdite.

Article 17.4.4 – Chariots à ballons

Au début de chaque saison, la LNB envoie un chariot à ballons SPALDING à chaque club de première et de deuxième division.

Sauf accord préalable de la LNB sur demande de dérogation, les clubs doivent mettre en place ces chariots en avant-match et à la mi-temps en gardant la marque Spalding bien visible.

En aucun cas ces chariots ne peuvent être personnalisés aux couleurs d'un partenaire du club sans validation préalable de la LNB.

Article 17.5 – Autres logos

Aucun autre logo, marquage ou mention correspondant à une autre compétition n'est autorisé lors d'une rencontre officielle LNB.

Article 17.6 – Validation des maquettes

Les clubs ont pour obligation de transmettre, au plus tard le 20 août de chaque saison sportive, une maquette aux dimensions représentant le visuel du parquet d'une part et des buts de basket d'autre part pour la saison à venir à l'adresse media@lnb.fr.

La LNB mettra tout en œuvre pour effectuer ses retours quant à la validation de la maquette dans un délai de quinze jours après réception des dites maquettes. Elle peut également fournir des maquettes vierges aux clubs qui lui en feront la demande.

La LNB a toute latitude pour demander des modifications aux clubs.

Article 18 - Dispositions relatives aux paris sportifs

Article 18.1 - Règlement relatif à la publicité pour les paris sportifs

Conformément à la législation en vigueur, la publicité pour les opérateurs de paris sportifs est autorisée.

Elle reste toutefois soumise :

- à l'agrément de l'opérateur par l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) ;
- à la validation des contrats de partenariat entre le club et l'opérateur par l'ANJ ;
- au respect des engagements éventuels pris par la LNB uniquement sur les rencontres télévisées et sur les supports qu'elle contrôle (définis au sein du cahier des charges spécifique et/ou par la FFBB (dans le cadre de la participation à la Coupe de France) avec d'autres opérateurs.

La LNB se réserve le droit de signer un partenariat avec un opérateur de paris sportifs sur les supports qu'elle contrôle, définis au sein du cahier des charges Marketing.

Article 18.2 – 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 LNB 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 LNB soit cohérente et attractive, la LNB 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(s) en particulier (seuls pourront être utilisés dans ce cadre les logos des clubs participant au(x) match(s) concerné(s)).

On entend ci-dessus par :

- « cadre collectif » : la reproduction sur un même support visuel de l'ensemble des logos d'égale dimension 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(s) 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 LNB, les clubs autorisent la LNB 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.

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.

Article 18.3 – Réglementation relative à l'usage des paris sportifs au sein des enceintes sportives

Article 18.3.1 – Interdiction d’engager des paris à toute personne non habilitée

Dans le cadre des différentes actions mises en place par la FFBB et la LNB pour lutter contre les risques qu’engendrent les paris sportifs et pour préserver l’intégrité des compétitions organisées, il est formellement interdit à toute personne d’engager, directement ou par personne interposée, par quelque procédé que ce soit (notamment par l’intermédiaire d’un service de communication au public en ligne), des paris sous quelque forme que ce soit (en ce compris les paris privés entre personnes physiques), sur une ou plusieurs rencontres de championnat professionnel de Basket ou de toute autre compétition sportive organisée par la LNB (et notamment mais non limitativement la Leaders Cup LNB, les Finales) se déroulant dans l’enceinte sportive.

La loi du 12 mai 2010 autorise les seules sociétés agréées par l’Autorité Nationale des Jeux (ANJ) à offrir ou proposer une offre en ligne de paris ou de jeux d’argent et de hasard. Par conséquent, il est strictement interdit de proposer dans l’enceinte sportive des offres de paris de quelque nature que ce soit (en dur et/ou en ligne).

Article 18.3.2 – Interdiction de pari à l’intérieur de l’enceinte sportive

Il est par ailleurs formellement interdit à toute personne, sauf accord express de la LNB, assistant dans l’enceinte sportive à une ou plusieurs rencontres de championnat professionnel de Basket ou de toute autre compétition sportive organisée par la LNB (et notamment mais non limitativement la Leaders Cup LNB, les Finales), de recueillir, stocker, diffuser, communiquer, publier, délivrer et/ou mettre à la disposition de quelque personne ou quelque organisme que ce soit, par quelque procédé que ce soit et à partir de quelque lieu de l’enceinte que ce soit, à titre gratuit ou onéreux, toute donnée, statistique, information ou fait en rapport avec le déroulement de la compétition (notamment et non limitativement, score en direct point par point, statistiques du match ou d’un quart temps, avertissement donné à un joueur par l’arbitre, erreur d’arbitrage, appel d’un joueur au soigneur, blessure, etc.) dont elle aura connaissance.

Le non-respect de cette interdiction expose le contrevenant à une expulsion hors de l’enceinte sportive en complément des sanctions prévues par la loi.

Les groupements sportifs participant aux championnats professionnels de Basket et aux compétitions organisées par la LNB s’engagent à inscrire cette disposition dans le règlement intérieur de leur(s) enceinte(s) sportive(s) et à la faire appliquer.

Section 4 – Billetterie et prestations de relations publiques

Article 19 – Billets

Les billets d’entrée donnant accès à la manifestation sont vendus par le club organisateur. Les tarifs de ces billets doivent être affichés aux guichets. Le logo de la compétition concernée doit figurer sur le billet conformément au règlement concernant la publicité et la communication.

Une maquette des billets d’entrée doit être transmise pour validation au service Marketing de la LNB avant la première journée de la saison régulière ou avant la prochaine rencontre officielle en cas de modification en cours de saison.

Article 20 – Système de billetterie

L'ensemble des clubs de première et de deuxième division a pour obligation d'utiliser un système de billetterie et de contrôle d'accès informatisé. Un système de vente en ligne doit également être proposé par chaque club.

Le nom du prestataire, de la solution utilisée et ses coordonnées doivent être transmis au service marketing de la LNB au plus tard le 31 août.

Article 21 – Quota de places réservées à l'équipe adverse

A l'occasion des rencontres des championnats de France première et deuxième division, le club recevant a l'obligation de réserver un quota de places payantes pour les supporters du club adverse. Ce quota doit correspondre à 2% de la capacité d'accueil de la salle concernée. Quelle que soit la capacité de la salle, un minimum de 50 places devra être réservé pour le club adverse (qui doit désigner un responsable en charge du déplacement des supporters et communiquer son nom et ses coordonnées au club recevant). Ces places doivent être de la même catégorie et regroupées dans la même tribune. La tarification applicable à chaque place susvisée ne peut être supérieure à 20 euros (15 euros en PRO B) pour un match de saison régulière et play-in et à 30 (20 en PRO B) euros pour un match de playoffs. En tout état de cause, les tarifs susvisés ne pourront être supérieurs aux tarifs en vigueur pour la catégorie de places concernée.

Dans le cadre de la saison régulière, la demande de places payantes du club visiteur doit être adressée au club recevant au plus tard 15 jours avant la date de la rencontre concernée (avec copie de la demande à la LNB).

Lors des play-in et des playoffs, un délai maximum de 48 heures doit être respecté.

Dans l'hypothèse où le club visiteur ne commande aucune place ou seulement une partie des places mises à disposition pour les supporters visiteurs, le club recevant pourra commercialiser tout ou partie des places restantes.

En cas de non-respect des délais précités, l'obligation à charge du club recevant est caduque.

Article 22 – Invitations et prestations de relations publiques

Article 22.1 – Dispositif d'invitations Grand Public pour la LNB et ses Partenaires

Pour chaque match du Championnat de France ou toute autre compétition professionnelle, la LNB dispose de places (invitations) de la meilleure catégorie Grand Public, groupées en tribune principale, pour ses besoins propres et afin de respecter les contrats conclus avec des partenaires nationaux.

En saison régulière, le club est informé au plus tard 10 jours avant chaque journée du quota de places à pré-réserver et au plus tard deux jours avant le match des places confirmées.

Dans le cadre de rencontre de Playoffs, la LNB s'engage à fournir ces informations dans les meilleurs délais.

Les clubs doivent fournir leurs meilleurs efforts pour envoyer les places à la LNB sous forme de e-billets (dématérialisés) dans les meilleurs délais après réception des demandes.

Article 22.2 – Dispositif d’invitations VIP et de prestations de relations publiques pour la LNB et ses partenaires

Pour chaque match du Championnat de France ou toute autre compétition professionnelle, la LNB dispose de places (invitations) VIP de la meilleure catégorie, groupées en tribune VIP et avec accès au réceptif VIP, pour ses besoins propres et afin de respecter les contrats conclus avec des partenaires nationaux.

En saison régulière, le club est informé au plus tard 10 jours avant chaque journée du quota de places et de prestations d’hospitalité nécessaires à pré-réserver et au plus tard deux jours avant le match des places confirmées.

Dans le cadre de rencontres de Playoffs, la LNB s’engage à fournir ces informations dans les meilleurs délais.

Les clubs doivent fournir leurs meilleurs efforts pour envoyer les places à la LNB sous forme de e-billets (dématérialisés) dans les meilleurs délais après réception des demandes.

Les clubs ont pour obligation de mettre en place un réceptif VIP sur chaque match de saison régulière, de Playoffs et de Leaders Cup deuxième division.

Article 22.3 – Cartes VIP et Cartes PASS

La carte PASS et la carte VIP de la LNB donneront droit à l’entrée dans les salles à l’occasion des rencontres de championnat, de Leaders Cup seconde division et de Playoffs Première division et seconde division.

La carte VIP est strictement personnelle et donne accès à son détenteur à deux places VIP (sous réserve des places disponibles) avec accès au réceptif et au cocktail VIP pour toute rencontre de son choix dans les clubs. Pour les cartes PASS, le dispositif est le même si ce n’est qu’il s’agit alors de deux places grand public sans accès au réceptif VIP.

Cependant, les demandes pour l’ensemble de ces bénéficiaires devront être faites au plus tard soixante-douze heures avant la rencontre, sous réserve de places disponibles.

Article 23 – Accréditations LNB

Toute personne bénéficiant d’une accréditation LNB peut, sur simple présentation de ladite accréditation au personnel de sécurité, accéder aux salles de première et de deuxième division.

Ce badge permet la libre circulation dans la salle (full access).

Le visuel de ces accréditations ainsi que le listing des personnes bénéficiant de ces badges sont envoyés à chaque club avant le début de la saison.

Annexe – Charte graphique LNB et championnats

CHARTE GRAPHIQUE LNB

CHAMPIONNATS

ORIGINE DU LOGO

Le logo LNB est issu de la coupe de France de basket-ball, créée en 1932. Elle est composée de 16 triangles qui se croisent pour former un cercle. Les triangles sont de couleur rouge et blanche, ce qui donne l'impression d'un cercle blanc sur un fond rouge.

Le logo LNB est composé de deux éléments :

- 1. Le symbole
- 2. La dénomination LNB

Il doit être utilisé dans son entièreté et selon les règles définies dans les pages suivantes.

Le logo LNB est composé de deux éléments :

- 1. Le symbole
- 2. La dénomination LNB

Il doit être utilisé dans son entièreté et selon les règles définies dans les pages suivantes.



CHAMPIONNATS

21

CHAMPIONNATS

PRÉSENTATION

Le logotype Ligue Nationale de Basket est toujours composé de 2 éléments :

1. Le symbole
2. La dénomination LNB

Il doit être utilisé dans son entièreté et selon les règles définies dans les pages suivantes.

Références couleurs du logotype :

	C 100 M 85 Y 0 R 0 V 100 B 0	Pantone 285 C RAL 5002 #000080
---	---------------------------------	-----------------------------------



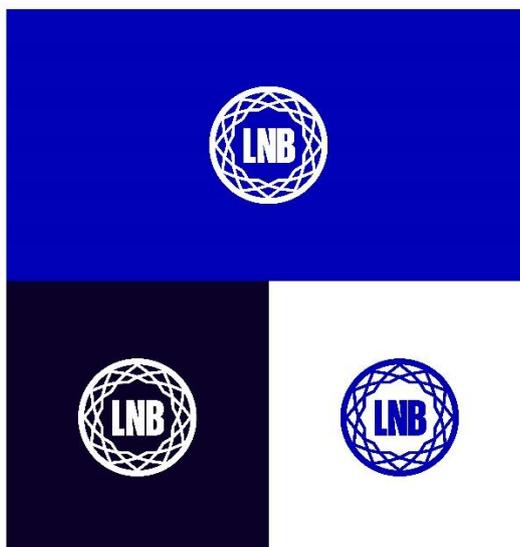
CHAMPIONNATS

22

VERSIONS ALTERNATIVES

Plusieurs déclinaisons du logotype ont été déployées afin de s'adapter aux différents besoins de communication.

- Une version blanche sur fond bleu
- Une version blanche sur fond sombre
- Une version bleu sur fond blanc



CONTRAINTES D'USAGE

Taille minimale :

Une taille minimale a été définie afin de garantir la bonne lisibilité du logotype sur les supports disposant de peu d'espace : elle est de 08 mm / 30 px de largeur.

Zone de protection :

Afin de conserver une visibilité optimale, il est nécessaire de créer un espace de respiration autour du logotype. Celui-ci est défini par l'espace entre le bord du logotype et la fin du cadrage px. Aucun élément ne doit empiéter sur cette zone.



VERSIONS COULEURS

Il existe plusieurs versions et déclinaisons colorielles du logotype pour s'adapter aux différents usages :

Version quadrichromie (CMJN)

La version quadrichromie est destinée aux applications print les plus courantes (offset, numérique, etc.).

Version digitale (RVB)

La version RVB et hexadécimale sont destinées aux applications numériques écrans (bureautique, web, animations, etc.).

Version tons directs (PANTONE)

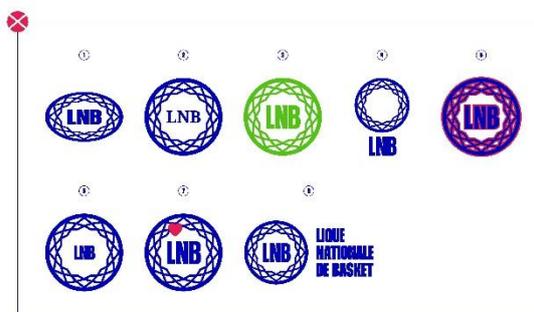
La version tons directs est destinée aux applications print spécialement uniquement (offset, sérigraphie, etc.). Le logotype peut adopter un contour blanc lorsqu'il est utilisé sur des fonds sombres pour protéger la forme du cartouche. Ce contour est prédéfini dans les gabarits.



INTERDITS

Les exemples d'interdits, ci-contre, sont montrés à titre indicatif et ne sont pas exhaustifs. Les documents sources du logotype ne peuvent être modifiés.

- ❶ Ne pas déformer
- ❷ Ne pas changer de typographie
- ❸ Ne pas changer de couleur (en dehors des indications présentes dans la charte)
- ❹ Ne pas changer le positionnement des éléments constitutifs du logo
- ❺ Ne pas modifier de contour (en dehors des indications présentes dans la charte)
- ❻ Ne pas réduire les éléments présents dans le logo
- ❼ Ne pas passer d'élément visuel sur le logotype
- ❽ Ne pas ajouter de dénomination au logo



SIGNATURE

La signature de la Ligue Nationale de basket, « Révéons le basket français », met à l'honneur la volonté de mettre sur le devant de la scène notre sport et ses acteurs.

Cette signature se décline sous deux versions distinctes pour répondre aux différents besoins de communication.

Une version verticale (1) sur trois lignes ainsi qu'une version horizontale (2).

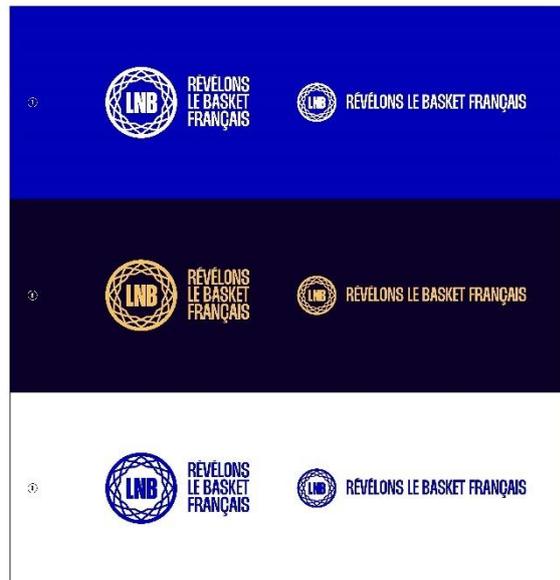
Il est important de toujours privilégier la version de la signature avec le logo apparent.

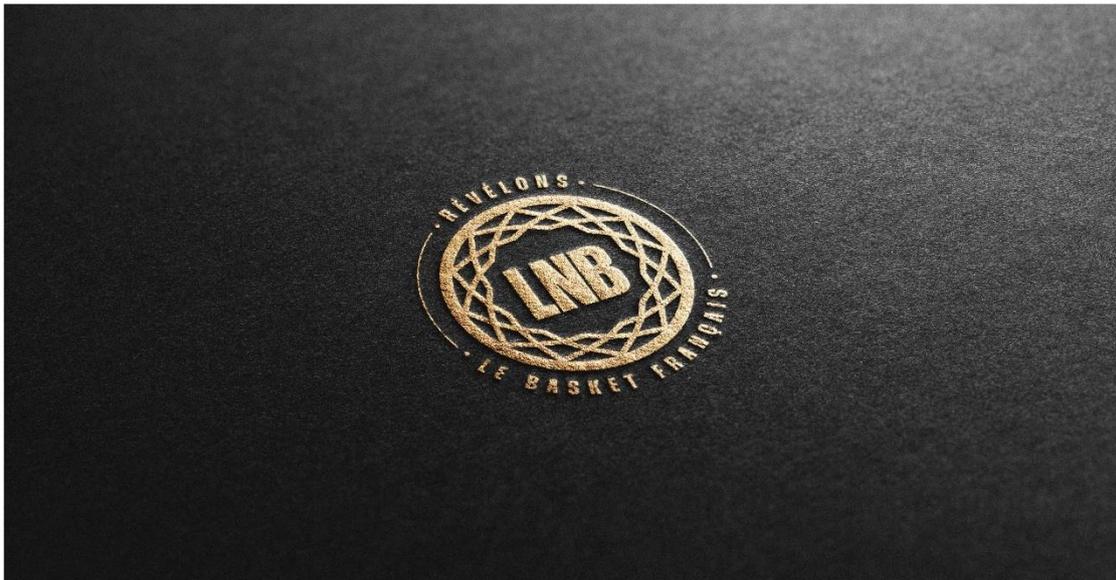


SIGNATURE

Il existe plusieurs versions colorielles de la signature « Révéons le basket français ».

Celle-ci peut vivre en version blanche (1), or (2) ou en bleu (3).





CHARTE GRAPHIQUE PREMIERE DIVISION – BETCLIC ELITE



Betclic

ÉLITE

