



LIGUE RÉGIONALE DE
TRIATHLON
NOUVELLE-AQUITAINE

GUIDE DE L'ORGANISATEUR

Envie de différence ? Vibrez Triathlon !



Sommaire

PRÉSENTATION 5

1. ADMINISTRATIF13

Interlocuteurs
Dossier préfecture
Dossier technique
Assurances

2. FINANCIER22

Budget prévisionnel
Compte de résultat
Subventions publiques
Partenariats privés

3. ACCUEIL37

Les inscriptions
Les dossards
Le protocole de relation avec les élus
Les podiums
Les récompenses
Le fléchage du site de l'événement
Le chronométrage
Le speaker

4. BÉNÉVOLES46

Recruter les bénévoles
 Former les bénévoles
 Remercier les bénévoles
 Fidéliser les bénévoles

5. SPORTIF50

Les parcours
 L'aire de départ
 L'aire de transition
 L'aire d'arrivée
 Les zones de ravitaillement
 Les zones de propreté
 Les zones de contrôle de passage
 Le matériel

6. SÉCURITÉ65

La réglementation
 Les acteurs de la sécurité
 Le règlement de l'épreuve
 Le briefing
 La sécurité aquatique et terrestre

7. MÉDICAL73

La sécurisation médicale de l'épreuve
 Le dopage
 Le certificat médical

8. LABELLISATION77

Les labels régionaux

Les labels Triathlon Durable

Le label Triathlon Mixité

Le label Épreuve accessible

Les challenges régionaux

9. ANIMATIONS88

Village partenaires

Collecte de déchets

Coaching Triathlon Santé : viens tester le triathlon

Soutien d'une œuvre caritative

10. COMMUNICATION91

Le plan de communication

Les objectifs de communication

Les cibles de communication

Les supports de communication

ANNEXES106

ORGANISER, OUI, MAIS QUOI ?

- Les disciplines



TRIATHLON & CROSS TRIATHLON

Départ **Natation** T1 **Cyclisme** T2 **Course à Pied** Arrivée



DUATHLON & CROSS DUATHLON

Départ **Course à Pied** T1 **Cyclisme** T2 **Course à Pied** Arrivée



AQUATHLON

Départ **Natation** T1 **Course à Pied** Arrivée



BIKE AND RUN

Départ **Cyclisme** **Course à Pied** Arrivée

SWIM RUN



Départ **Natation** **Course à Pied** Arrivée

SWIM BIKE



Départ **Cyclisme** **Course à Pied** Arrivée

RAID



Départ Arrivée



TRIATHLON DES NEIGES



Départ **Course à Pied** T1 **VTT** T2 **Ski de fond** Arrivée

DUATHLON DES NEIGES



Départ **Course à Pied** T1 **Ski de fond** T2 **Course à Pied** Arrivée

- **Les pratiques**

LOISIR COMPÉTITION

C'est votre première organisation ? Vous pouvez commencer simple en organisant une épreuve loisir !

Sans contrainte et gratuite pour l'organisateur, elle permet de rassembler et de faire découvrir nos disciplines en partageant un moment convivial.

Les  :

- ✓ fédérer une équipe et les membres du club autour de l'organisation
- ✓ attirer un public néophytes ou débutant qui souhaite s'essayer au disciplines enchaînées sans le stress de la compétition
- ✓ réduire les frais d'organisation : pas de classement, pas de chronométrage, arbitrage non obligatoire mais conseillé (accompagnement pédagogique des nouveaux pratiquants) : vous pouvez solliciter de manière bénévole les arbitres de votre club ou un triathlète confirmé pour expliquer les règles de nos disciplines
- ✓ un dossier très simple à compléter et à retourner à la Ligue pour effectuer la demande de licence manifestation (différent du dossier technique pour une épreuve compétitive)

Vous êtes convaincus ? Vous êtes maintenant prêt.e.s à vous lancer dans l'organisation d'une épreuve compétitive ! Pas de stress, on vous explique tout !

▪ Les formules

La diversité des formules de courses permet de séduire autant les triathlètes débutants que confirmés. L'organisateur peut coupler les différentes formules pour attirer un public plus large !

❑ **Individuel** : Cette formule favorise le challenge personnel et le dépassement de soi pour soi.

❑ **Relais** : Il existe deux types de relais :

➤ **Relais de type A** : Chaque participant réalise un parcours complet (triathlon, duathlon, aquathlon, etc.) avant de passer le relais.

 **ZOOM SUR le Relais Mixte** : Ce nouveau format de course unique n'est pas un relais traditionnel !

Répartis par équipe de 4 (2 femmes, 2 hommes), chaque relayeur doit terminer les 3 épreuves (natation, vélo, course à pied) d'un triathlon XS avant de transmettre le relais à leur coéquipier.



Cette nouvelle formule favorise la mixité et est idéale pour partager une course entre adultes ou en famille !

Vous ne connaissez pas encore le Triathlon Mixte Relais ? C'est le moment de vous y intéresser, la discipline sera présente pour la première fois aux Jeux Olympiques 2020.

- **Relais de type B** : Chaque concurrent réalise une ou deux disciplines avant de passer le relais.

Cette formule réunit 2 ou 3 *co-équipier.e.s* pour accomplir individuellement l'une des trois épreuves du triathlon: nage, vélo et course à pied. À deux, un co-équipier concourra dans deux épreuves.



Cette formule de course est un bon moyen de :

- faire découvrir le triathlon à vos proches ou à un.e spécialiste d'une discipline hésitant.e pour enchaîner les 3,
- partager votre effort en famille, entre amis ou collègues,
- créer des relais handi/valides,
- passer en douceur du format XS au format S,
- tout simplement partager un moment convivial et de dépassement de soi à plusieurs !

- ❑ **Contre la Montre par équipe** : Dans cette formule de course, l'équipe prend la place de l'individu et est considérée comme une et indissociable.

L'équipe est composée de deux à cinq membres, la composition des équipes peut être masculine, féminine ou mixte. Les jeunes aussi peuvent participer à la course à partir de la catégorie minime.

Cette formule est très appréciée des clubs mais aussi des entreprises car elle constitue un beau challenge en équipe et favorise la cohésion et l'esprit d'équipe.

- **Les formats**

DISTANCES JEUNES



6/9 ans 8/11 ans 10/13 ans 12/19 ans

DISTANCES OFFICIELLES

De XS à XXL avec un format découverte pour les novices



XS S M L XL XXL

Retrouvez en annexes le détail des distances par disciplines.

- **La labellisation, un bonus**

Labelliser votre épreuve, c'est l'ouvrir à des publics variés et lui donner une identité forte !



ON SE LANCE, ON COMMENCE PAR QUOI ?

- formalisez un dossier de montage et des étapes de la construction de la manifestation (contacts, les échéances, etc.).

Ce document favorise la transmission d'informations lorsqu'il y a un changement de comité d'organisation.

C'est aussi un document de présentation de la manifestation.

Pourquoi faire un dossier ?

- ✓ pour clarifier
- ✓ pour fédérer les acteurs
- ✓ pour faire les demandes de subventions
- ✓ pour assurer la transmission des savoirs dans l'avenir
- ✓ pour faciliter les demandes d'autorisations/aide pour remplir les dossiers

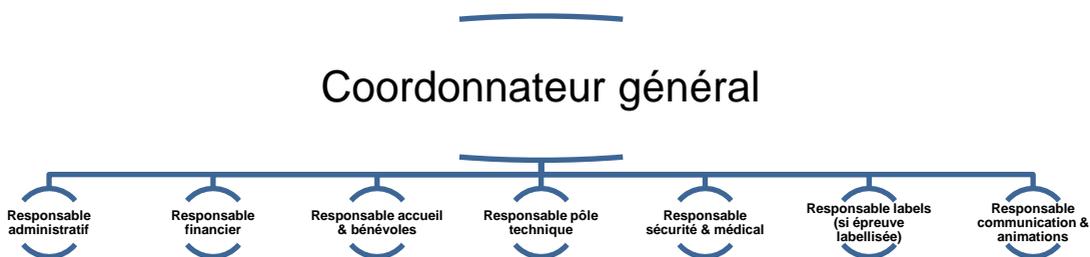
Mais avant tout une organisation , c'est des personnes, il faut impérativement créer une équipe, un esprit de cohésion.

CRÉATION D'UN COMITÉ D'ORGANISATION

Le Comité d'organisation représente le moyen le plus sûr de se répartir le travail nécessaire à la création d'une manifestation à condition d'avoir à l'esprit quelques idées maîtresses qui le caractérise :

- Il doit être adapté à l'ampleur de la manifestation,
- Il ne doit être composé que de gens "responsables et motivés",
- Il doit constamment rester sous le contrôle d'un "Coordonnateur Général".

Les tâches à accomplir se présentent sous la forme d'un organigramme simple définissant les grands secteurs d'actions :



Ce schéma est donné à titre indicatif, n'hésitez pas à l'adapter en fonction de la taille de votre organisation

Chacun de ces grands secteurs comportant plusieurs missions, ils peuvent se scinder en autant de sous-secteurs toujours sous le contrôle du responsable de secteur.



1^{ère} PARTIE

ADMINISTRATIF



▪ Vos démarches administratives et les interlocuteurs



Quelles démarches et à qui s'adresser ?

A qui ?	Pourquoi ?
A la mairie	<ul style="list-style-type: none"> • Demande d'autorisation auprès du Maire • Déclaration de rassemblement sur voies publiques • Arrêtés municipaux
A la communauté de communes	<ul style="list-style-type: none"> • Demande de subventions auprès du service des Finances. <p>(Ex : pour la Communauté de Communes de Bordeaux : Date limite de dépôt du dossier 2020: le 10 juillet 2019).</p>
A la préfecture	<ul style="list-style-type: none"> • Demande d'autorisation préfectorale : selon les manifestations : cerfa n°15824*01 ou 15825*01 • Dossier technique des épreuves • Sécurisation des manifestations publiques

<p>A la DIR (Direction Interdépartementale des Routes)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autorisation d'usage des routes départementales • Information sur les travaux prévus
<p>A la ligue régionale (FFTRI)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inscription au calendrier régional et national des épreuves saison n+1 • Demande de labels "championnats régionaux" • Demande de licence manifestation sur www.fftri.com • Détail de la facturation (les frais fixes FFTRI) • Dossier technique des épreuves • Arbitrage de la manifestation • Communication : promouvoir votre manifestation
<p>A la DRJSCS (service "sports")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Déclaration de l'événement au moins un mois avant le jour J.
<p>A l'ONF</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Demande d'autorisation
<p>Aux affaires maritimes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Déclaration de l'événement au moins 15 jours avant le jour J.
<p>Aux assurances</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bulletins de souscription pour chaque assurance optionnelle : véhicules et bateaux suiveurs, annulation, dommages matériels, utilisation des drones.
<p>Aux laboratoires agréés pour le contrôle sanitaire des eaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse bactériologique de l'eau de baignade
<p>Aux propriétaires particuliers</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Demande d'autorisation de passage : faire signer une attestation

✓ Auprès de la mairie :

Demande d'autorisation auprès du Maire

Remplir le formulaire correspondant à la manifestation sportive et joindre toutes les pièces demandées.

Déclaration de rassemblement sur voies publiques

✓ Auprès de la préfecture :

Demande d'autorisation préfectorale

Remplir le cerfa ou le formulaire correspondant à la manifestation sportive et joindre toutes les pièces demandées.

Dossier préfectoral / Dossier technique de la manifestation

Les manifestations à caractère sportif se déroulant sur la voie publique sont, selon les cas, soumises à simple déclaration de l'organisateur ou à autorisation préalable de la préfecture. Un dossier doit donc être obligatoirement déposé par les organisateurs préalablement à leur déroulement.

Sécurisation des manifestations publiques

La responsabilité de la sécurité d'un événement relève des organisateurs de manifestations, qu'il s'agisse d'associations, de particuliers ou de collectivités.

✓ Auprès de la ligue régionale (F.F.TRI.) :

□ Inscription au calendrier régional et national des épreuves (saison n+1)

Dès le 1er septembre, se connecter au site fédéral (www.fftri.com) pour :

- se connecter à son espace Organisateur (profil différent du club)

Ou

- Créer son espace Organisateur : onglet « devenir organisateur » sur la page d'accueil du site www.fftri.com.

Suivre la procédure sur le profil Espace TRI de l'organisation :

- Compléter toutes les informations relatives à l'organisation
- Onglet « ajouter une manifestation » dans menu de gauche.

Une manifestation peut contenir une ou plusieurs journées (par exemple, un weekend) au sein desquelles seront créées une ou plusieurs épreuves.

- Puis, vous pouvez déclarer une deuxième, une troisième, etc...manifestations (un WE = une manifestation).
- Renseignez tous les champs puis ENREGISTRER.
- Onglet « liste des manifestations en attente d'approbation » :
- Vous pouvez ajouter une journée de course et dans celle-ci ajouter des épreuves.
- Vous pouvez modifier les données de la manifestation.
- Ajouter des épreuves sur la même journée, déclarer les formats de course.
- Valider votre saisie finale = ENREGISTRER + ENVOYER VALIDATION

Demande de labels “Championnats régionaux”

Remplir le document transmis par la ligue en début de saison.

Demande de licence manifestation (= agrément fédéral) sur l’Espace TRI

Suivre la procédure sur le profil Espace TRI de l’organisation :

Dans les onglets :

- MANIFESTATION
- LISTE DES MANIFESTATIONS
- DEMANDE DE LICENCE MANIFESTATION
- Renseigner les coûts d’inscription (qui détermineront le montant de l’agrément), les informations concernant le dispositif médical, le chronométrateur, télécharger les documents et SAUVEGARDER,
- Retour dans le menu de gauche :
onglet « Liste des manifestations » + « envoyer la demande à la Ligue ».

Facturation F.F.TRI. liée à votre manifestation (cf. coûts F.F.TRI. en vigueur) :

- Licence manifestation (tarif appliqué sur l’épreuve compétition la plus longue)
- Pass-compétitions
- Engagements : Facturation d’un euro par dossard adulte (sur la liste des engagés)
- Vacances d’arbitres

Exonération de la part régionale sur les droits d’organisations pour toute manifestation organisée en Nouvelle Aquitaine en 2020.

❑ Transmission du dossier technique des épreuves

Pourquoi et pour qui le faire ?

C'est un document Excel simple à compléter qui vous aidera dans la finalisation de votre organisation :

- pour vos démarches administratives
- pour le montage de votre dossier Préfecture
- pour les relations entre la Ligue et le Comité d'organisation
- pour le corp arbitral

Remplir le document Excel transmis par la ligue en début de saison et le renvoyer par email à la Ligue 3 mois avant la manifestation.

❑ Arbitrage de la manifestation

Prendre contact avec la commission régionale d'arbitrage (contact de l'arbitre principal de votre manifestation).

❑ Communication : promouvoir votre manifestation

Transmettre, au service communication de la Ligue, les documents : flyers, affiches, article avec description de la manifestation.

✓ Quelle assurance pour quoi ?

- La **licence manifestation** couvre l'ensemble des bénévoles de l'organisation déclarés au titre de la Responsabilité Civile
- La **licence FFTRI compétition** couvre le pratiquant licencié selon le niveau de couverture choisi lors de la prise de licence
- Le **pass compétition** couvre les pratiquants non licenciés ou les licenciés FFTRI loisirs, dirigeants et actions. Il doit obligatoirement être accompagné d'un certificat médical valide précisant la non contre indication de la pratique en compétition des disciplines enchaînées.

L'organisateur peut souscrire à des assurances complémentaires notamment pour le matériel.



ANNULATION DE L'ÉPREUVE ?

N'oubliez pas de prévenir :

- ✓ la ligue régionale (secrétariat & communication)
- ✓ la préfecture
- ✓ les collectivités
- ✓ les participants

EXEMPLE DE FRAIS POUR UNE MANIFESTATION SPORTIVE

Facturation FFTRI / LIGUE

(coûts en vigueur : 2019)

MANIFESTATION SPORTIVE	
<p>Organisation d'un DUATHLON Sur une journée</p> <p>Nombre d'inscrits aux épreuves : Duathlon - Jeunes 6-9 - Individuel = 51 Duathlon - Jeunes 10-13 - Individuel = 129 Duathlon - XS - Individuel = 74 Duathlon - S - Individuel = 228</p>	<p>FACTURATION LIGUE > BUDGET A PREVOIR POUR L'ORGANISATEUR = 1006 €</p>
Facture Ligue "Droits d'organisation"	Facture Ligue "Engagements"
<p><u>Tarif établi sur :</u> <u>l'épreuve compétition la plus longue</u> <u>et en fonction du tarif d'inscription</u></p>	<p><u>1€ par dossard sur toutes compétitions adultes</u></p>
<p><i>Sur cette manifestation :</i> > DUA dist S indiv (avec un tarif d'inscription pour les participants < 30 €)</p>	<p><i>Sur cette manifestation :</i> 74 inscrits sur le XS + 228 inscrits sur le S</p>
<p>Facture de 188€ (Reversement à la FFTRI = 156€) (Part Ligue offerte à partir de 2020 = 32€)</p>	<p>Facture de 302€ (Facture 100% Ligue)</p>
Facture Ligue "Pass-compétitions"	Facture Ligue "Vacations d'arbitrage"
<p>Pass-compétitions délivrés aux non-licenciés sur toutes les épreuves (jeunes + adultes) <u>Tarif allant de 2€ à 40€ selon le type de course</u></p>	<p><u>70€ par arbitre présent</u></p> <p>Le nombre d'arbitre par type d'épreuve est fixé sur les coûts votés en AG Ligue.</p>
<p><i>Sur cette manifestation :</i> Duathlon - Jeunes 10-13 - Individuel Pass compétition à 2€ X3 = 6 € Duathlon - XS - Individuel Pass compétition individuel 2€ X5 = 10 € Duathlon - S - Individuel Pass compétition individuel 5€ x5 = 25 € Duathlon - S - Individuel Pass compétition individuel 5€ x11 = 55 €</p>	<p><i>Sur cette manifestation :</i> Présence de 6 arbitres sur la journée = 6 X 70€</p>
<p>Facture de 96€ (Reversement à la FFTRI = 50%)</p>	<p>Facture de 420€ (Facture 100% Ligue)</p>



2ème PARTIE

FINANCIER



▪ Budget prévisionnel

A quoi ça sert ?

- ✓ C'est une phase importante dans la préparation de votre organisation : il indique en amont la "faisabilité" de la manifestation.
- ✓ Ce document doit être réaliste, sincère et transparent. Il doit respecter la présentation définie par le plan comptable associatif. Il doit être élaboré avec soin car vous devrez, à l'issue de la manifestation, réaliser un compte-rendu financier qui sera comparé avec votre document initial.
- ✓ Sous forme de tableau Excel, il est composé de 2 colonnes : les comptes de charges (dépenses) et les comptes de produits (recettes).
- ✓ Élaborer un budget n'est pas qu'une affaire d'argent, c'est aussi une manière d'évaluer ses besoins et donc de récapituler chaque étape, d'établir une sorte de « check-list ».

Dans les comptes de charges : les frais fixes

- Droits d'organisation
- Pass-compétitions
- Engagements : Facturation d'un euro par dossard adulte (sur la liste des engagés)
- Vacations d'arbitres
- Chronométrateur
- Location de locaux d'accueil
- Location de matériel
- Speaker
- Les secours
- Le ravitaillement

Toutes les astuces pour diminuer les frais fixes :

- Faire le chronométrage en interne (sans faire appel à un professionnel)
- Faire l'animation par un speaker bénévole
- Trouver des partenaires (grandes surfaces locales) pour approvisionner le ravitaillement
- Etablir un poste de secours avec des bénévoles possédant le diplôme PSC1
- Solliciter des clubs qui prêtent du matériel

Dans les comptes de produits : les apports financiers possibles

- Inscriptions des concurrents
- Dons des particuliers
- Mécénat / sponsoring
- Subventions / financements publics
- Buvette, restauration
- Ressources annexes : lotos, tombolas, animations



Ne pas oublier dans les comptes de charges et de produits : les contributions volontaires en nature.

Ce sont les aides indirectes que reçoit l'association ou les dépenses dispensées.

Secours en nature : cela correspond à la mise à disposition gracieuse de personnel (municipal, fédéral, ou autres).

Prestations en nature : cela correspond à la mise à disposition de biens (locaux municipaux, prêt de véhicules personnels de bénévoles, matériel spécifiques sans facturation).

Bénévolat : il s'agit du temps donné gracieusement par tous les bénévoles.

▪ Compte de résultat

A quoi ça sert ?

- ✓ Le compte de résultat est une synthèse pour présenter votre résultat financier net (excédent ou déficit) et les éléments (charges et produits) qui ont permis de le calculer.
- ✓ Sous forme de tableau Excel, il est composé de 2 colonnes : les comptes de charges (dépenses) et les comptes de produits (recettes).
- ✓ La différence entre les deux colonnes du tableau est appelé "résultat net" : Il indique la "rentabilité" de la manifestation qui dégage soit un excédent (résultat positif), soit un déficit (résultat négatif).

▪ **Subventions publiques**



Quelles démarches et à qui s'adresser ?

A qui ?	Comment faire ?
A la mairie	<p>Le budget des collectivités locales est voté par le Conseil municipal avant le 31 mars de chaque année.</p> <p>Votre demande de subvention devra donc parvenir, pour avoir des chances d'aboutir, début janvier (voire en fin d'année civile n-1). Demander un dossier auprès du service des sports des mairies où se déroulent vos manifestations.</p>
A la communauté de communes	<p>Demander un dossier de Demande de subventions auprès du service des Finances.</p> <p>(Ex : pour la Communauté de Communes de Bordeaux : Date limite de dépôt du dossier 2020: le 10 juillet 2019)</p>

<p>Au département</p>	<p>Le budget du Conseil Départemental est voté traditionnellement en décembre pour l'année civile suivante.</p> <p>Il est fortement conseillé de transmettre votre demande de subvention trois mois avant.</p> <p>Demander un dossier auprès du service des sports de votre Conseil Départemental.</p>
<p>A la région</p>	<p>Le budget du Conseil Régional est voté traditionnellement en décembre pour l'année civile suivante.</p> <p>Il est fortement conseillé de transmettre votre demande de subvention trois mois avant.</p> <p>Attention : le Conseil régional peut éventuellement accorder une aide à l'organisation de manifestations ayant un caractère au moins régional.</p>



N'oubliez pas !

Toute demande de subvention doit obligatoirement comporter :

- un document présentant précisément l'action ou le programme pour lequel vous demandez une subvention.
- un budget prévisionnel (équilibré tant en dépenses qu'en recettes) dans lequel figurent toutes les aides que vous sollicitez. (rien ne sert de majorer exagérément votre budget).

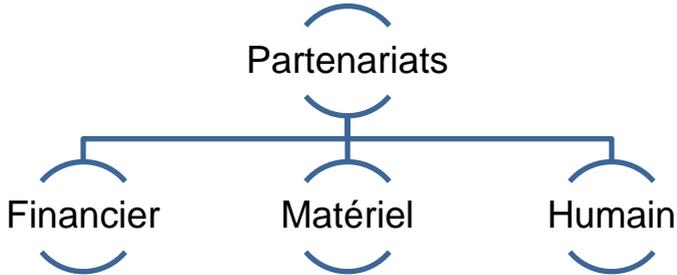
▪ **Partenariats privés**



MÉCÉNAT  **SPONSORING**

	Mécénat	Sponsoring
Définition	Don visant à la réalisation de l'intérêt général.	Prestation de service répondant à une démarche commerciale effectuée dans l'intérêt de l'entreprise
Objectifs	Valorise l'image institutionnelle de l'entreprise.	Sert à la promotion des produits et de la marque de l'entreprise.
Contreparties	Pas de contreparties directes, des remerciements sont tolérés mais ils doivent être inférieurs au niveau du don.	Le montant des contreparties accordées doit être en rapport avec le montant du parrainage : notion d'équivalence.
Fiscalité	Ouvre droit à une réduction d'impôt pour les entreprises et les particuliers à hauteur de 60% de la somme versée.	Permet une déduction de charges.

✓ Les différentes formes de partenariat



✓ Quels objectifs pour les sponsors ?

- **La notoriété** : augmenter la notoriété en faisant connaître le nom d'une marque ou de la société à un public donné et en le rendant présent à l'esprit d'un maximum de clients potentiels.
- **L'image** : améliorer, modifier ou renforcer l'image de marque en créant une association dans l'esprit du consommateur avec les valeurs du sport parrainé en vue de créer un lien affectif.
- **Les ventes** : augmenter le niveau de ventes de certains produits ou pousser le consommateur à essayer un nouveau produit en communiquant de manière plus conviviale et en approchant le public visé de manière plus sympathique.
- **La communication interne** : rassembler les salariés autour d'un projet commun et réel en utilisant le sponsoring comme outil de cohésion interne. Les salariés vivent une expérience « extraordinaire » grâce à leur entreprise, cela développe l'esprit d'entreprise et façonne la culture d'entreprise.

Afin de bien vous préparer à solliciter des partenaires, nous vous conseillons de répondre préalablement aux questions suivantes :

- Pourquoi voulez-vous obtenir ou conclure un partenariat ? (Est-ce pour mobiliser des ressources financières, matérielles, humaines ? Est-ce pour accroître la crédibilité de votre manifestation ?)
- Avez-vous une politique particulière en matière de partenariats ?
- Quels sont vos partenaires éventuels ?
- Que savez-vous d'eux ?
- Qu'êtes-vous disposés à leur offrir en échange de leur soutien ?

✓ **L'offre commerciale**

L'investissement du partenaire devra être rentable pour lui.

On n'est plus (sauf cas exceptionnel), dans le partenariat de « complaisance » car chaque partenaire souhaite « rentabiliser » son investissement.

La première chose à vérifier pour vous est la présence des médias (lesquels ? Pour quoi faire ? Combien de temps ou d'espace?).

Cette « rentabilité » est bien souvent fonction de la « visibilité » offerte.

➤ **Les supports mis à la disposition des sponsors**

Tout partenaire – y compris public, collectivités territoriales ou Etat – souhaite bénéficier d'une visibilité la plus large possible.

Cela concerne en particulier :

- Un logo sur les documents imprimés (tels que affiches, flyers, programmes, etc.) ;

- La mention du partenariat sur le **site internet** et les **réseaux sociaux** et dans les **médias** (cf. Chapitre « Communication ») ;
- La mise en place de banderoles ou de panneaux sur le lieu de la manifestation ;
- Des annonces sonorisées par le speaker ou sur panneau électronique pendant la manifestation ;
- La mise en place d'un stand d'information sur le lieu de la manifestation ;
- La distribution de produits (échantillons, dégustations, etc.) ;
- La mise en valeur du logo sur les équipements des bénévoles et du staff ;
- La création de labels : vous pouvez créer un **naming** de la manifestation (ex. : « Triathlon Audencia La Baule ») ou d'une ou plusieurs épreuves (ex. : « course jeune Pitch »), ou encore un ou plusieurs labels (« Partenaire officiel de... », « Fournisseur officiel de... ») ;

Vous disposez donc de différents supports, différentes formes d'espaces, différents emplacements que vous devez proposer à des tarifs échelonnés.



- Les espaces dans le programme de l'événement permettent souvent à des petites entreprises et aux commerçants du lieu de participer à l'événement. Pour beaucoup d'organisateur ces recettes ne sont pas négligeables.
- Faites preuves d'originalité ! Distinguez-vous de la concurrence en proposant des supports attractifs.

➤ La structuration de l'offre commerciale

Attention à ne pas ni « faire de surenchère », ni « brader » votre demande financière.

- ✓ Il est toujours difficile d'estimer la demande à faire auprès d'un partenaire mais n'oubliez pas que :
 - Vous avez affaire à des professionnels qui sont experts des techniques de négociations et qui connaissent les prix du marché.
 - N'hésitez pas à observer comment se situent les produits équivalents concurrents.
 - Il est toujours plus facile de convaincre un partenaire de prendre en charge directement les frais d'organisation (impression d'affiches, programmes, réalisation de récompenses, etc.) car il peut récupérer la TVA ;
 - Veillez à toujours valoriser votre prestation à son juste prix : si vous réalisez par exemple des affiches dont le coût est de 1000 euros, ne sollicitez pas un partenaire pour un montant supérieur car lui aussi connaît le prix de la réalisation.
- ✓ Créez des packages qui combinent différents produits et proposent une opération complète avec support de communication, présence sur site, opération de relation publique...



- Faites preuve d'originalité dans la dénomination de vos packages. Pourquoi ne pas utiliser les formats des courses (Formule XS, Formule M, Formule L, etc.) ?

✓ La recherche de partenaires



La mise en place d'une stratégie de prospection des partenaires se fait par étape.

- **La détermination des cibles** : pour déterminer la cohérence entre l'événement et les sponsors potentiels, il est nécessaire d'effectuer une analyse du public et/ou une étude de marché.

On peut choisir de démarcher de manière très large (**modèle quantitatif**), avec un risque de non-réponse assez fort ou de démarcher de façon très spécifique en ciblant sa recherche (**modèle qualitatif**).

 **L'image du partenaire devra être en adéquation avec votre manifestation et inversement** (attention en effet à ne pas brouiller le message que vous voulez diffuser par la présence de partenaires jugés « indésirables »).

- **La création du dossier commercial** : il doit comprendre le visuel, une présentation complète de l'événement (horaires, lieux, programme, animations, etc.) et le nom du contact commercial.

Le dossier doit être personnalisé à l'entreprise auquel on le transmet (valeurs, identité graphique, etc.), c'est pour cela qu'il est essentiel de déterminer les cibles auxquels vous souhaitez vous adresser avant de le créer.

Il peut être une présentation informatique sous forme de vidéo ou de Power Point, choisissez un support qui valorise votre produit.

N'oubliez pas de valoriser et transmettre les **valeurs du sport et du triathlon** (courage, performance, dépassement de soi, santé, nature, aventure) qui sont les éléments distinctifs par rapport à la concurrence.



- **Le démarchage** : n'hésitez pas dans un premier temps à cibler les anciens clients et l'ensemble des contacts déjà établis afin d'obtenir plus facilement un rendez-vous. La prospection de nouveaux clients interviendra dans un second temps.



- ✓ **Le mailing** : le courrier transmis via le mailing doit convaincre le prospect de réagir au message qu'il contient afin qu'il vous écrive, vous téléphone, vous propose un rendez-vous.



- ✓ **Le phoning** : la conversation téléphonique doit être préparée, tout se décide en quelques secondes. Il faut souvent affronter un barrage d'assistant.e.s qui filtrent les appels. Il ne faut que vendre un rendez-vous, être bref, se présenter lentement, préparer des phrases d'accroche et des réponses aux objections.

- **La négociation et la signature** : ça y est vous avez décroché un entretien avec le prospect, il est maintenant temps d'argumenter !

Argumenter, c'est exposer les avantages que présente l'événement en rapport aux motivations exprimées par le sponsor potentiel.

Votre argumentation devra donc répondre à l'image que se fait votre interlocuteur de l'utilisation de l'événement en trouvant des concordances de valeurs entre l'épreuve et la stratégie de l'entreprise.

Pensez à ne pas exagérer, à imaginer la présentation et à faire primer la qualité sur la quantité des arguments.

Pour être un bon vendeur, l'expérience, le sens du contact et de l'écoute semblent indispensables. Ayez confiance en vous, soyez détendu, sympathique, présentez-vous distinctement, utilisez un vocabulaire positif et faites preuve d'empathie.



N'oubliez pas !

Grâce au partenariat, le chef d'entreprise souhaite vivre une expérience, il faut lui raconter une histoire à travers votre projet.

Pensez à partager votre passion du sport ! La communication événementielle est une communication émotionnelle, faites-le ressentir à vos prospects.



- Offrez à votre partenaire des dossards pour participer à votre épreuve (clients, collaborateurs, etc.) : faites leur vivre une expérience extraordinaire.
- Créez une épreuve relais ou un challenge inter-entreprise : faites de votre événement un projet d'entreprise impliquant les salariés (renforcement de la cohésion et du travail en équipe)
- Invitez les enfants des salariés de l'entreprise à participer aux courses enfants et / ou famille.

ANNULATION DE L'ÉPREUVE ?

N'oubliez pas de prévenir :

- ✓ Les partenaires institutionnels & privés
- ✓ Les prestataires



3ème PARTIE

ACCUEIL



▪ Les inscriptions

✓ Choisir le tarif en fonction :

- de la discipline (triathlon...).
- du format (XS,S....).
- du public (jeune, adultes...).
- de la pratique (individuelle, en relais...).

✓ Définir le mode d'inscription :

- par internet uniquement. Des frais de dossier à la charge du concurrent peuvent être ajoutés au tarif de la manifestation.
- par envoi papier en plus d'internet.
- fixer une date limite.
- possibilité sur place le jour de l'événement.

✓ Choisir les paramètres d'inscription :

- la possibilité de limiter, par course, le nombre de participant.
- le mode de règlement (CB si internet, chèque si papier...).
- la date d'ouverture des inscriptions.
- la date de clôture des inscriptions si nécessaire.

Utile

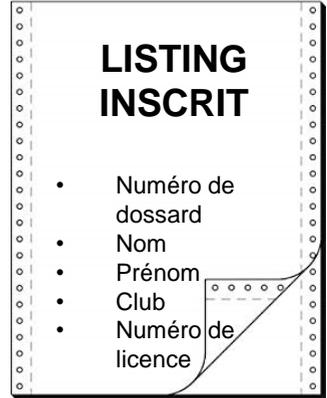
et Pratique !

- Renseignez-vous sur les tarifs pratiqués pour des manifestations similaires.

▪ Les dossards

✓ La préparation :

- faire le listing des inscrits
- se procurer les dossards:
 - auprès du conseil départemental
 - auprès du comité départemental
 - un établissement sportif partenaire
 - achat en magasin ou par internet



- conditionner les dossards :



Dans un enveloppe avec une étiquette correspondant au numéro du dossard.

OU



Dans un sac avec une étiquette correspondant au numéro du dossard.

✓ Le retrait :

- dans un local à proximité du site de l'événement.
- ou dans des abris ponctuels (tente, tivoli...) sur le lieu de la manifestation.
- prévoir les horaires d'ouverture du stand.
- prévoir des couloirs par format de course.
- un tableau d'affichage stipulant la liste des participants avec leur numéro de dossard, par format.
- les moyens humains selon l'importance de la manifestation.

▪ Le protocole des relations avec les élus

✓ Identifier les interlocuteurs :

- le(s) pouvoir juridique (maire, député, préfet, propriétaire...) du site de la manifestation
- le représentant du service des sports de la commune de l'événement
- le représentant du service des sports du conseil départemental
- le représentant du service des sports du conseil régional
- la ligue régionale de triathlon
- le comité départemental de triathlon
- les élus des clubs voisins.

✓ Inviter les élus :

- par mail
- par courrier

✓ Valoriser les élus :

- par un accueil amical
- par l'annonce de leur présence sur le site
- par la sollicitation lors de la remise des récompenses
- par un remerciement de leur présence, à l'issue de l'événement

Utile

et Pratique !

- N'oubliez pas de choyer les élus, une personne missionnée sur l'accueil et l'accompagnement tout au long de la journée peut être un plus.

- Le petit plus toujours apprécié, prévoir un espace VIP avec un accueil personnalisé et un point de vue optimal sur la manifestation.

▪ Les podiums



✓ Se procurer un podium :

- possible de le fabriquer
- possible de l'acheter via des organismes spécialisés (Casal Sport, Décathlon Pro...)
- auprès du Conseil Départemental
- auprès du Comité Départemental de triathlon
- possible de solliciter des Comités Départementaux d'autres fédérations
- possible de solliciter des clubs de la même zone géographique
- auprès des clubs d'athlétisme de la même zone géographique.

✓ Les possibilités de podiums :

- scratch
- par catégorie
- par sexe
- individuel/par équipe

▪ Les récompenses

✓ Se les procurer :

- auprès du Conseil Régional
- auprès du Conseil Départemental
- auprès de la commune du site de l'événement
- auprès du Comité Départemental de triathlon
- auprès du Comité Départemental Olympique et Sportif
- auprès des Comités Départementaux d'autres fédérations
- les acheter dans les magasins spécialisés
- le mécénat de partenaires privés
- les représentants commerciaux du champs sportif
- les établissements commerciaux de la zone géographique de la manifestation
- les clubs des autres fédérations

✓ La remise :

- penser à l'importance de la récompense en lien avec le classement
- valoriser tous les participants des catégories des plus jeunes
- prévoir des lots cohérents avec le public récompensé (homme, femme, grand, petit...)
- introduire un cadeau dans le contenant des dossards
- Solliciter les élus et les partenaires pour la remise des prix sur les podiums

Utile

et Pratique !

- Réfléchissez à des lots originaux et à moindre coût.
- Dédiez une personne à cette mission.

▪ Le fléchage du site de l'événement

✓ Les endroits importants à indiquer :

- le poste de secours
- la zone de contrôle anti-dopage
- le retrait des dossards
- les sanitaires/douches/vestiaires
- la zone des arbitres

✓ Les lieux utiles à indiquer :

- le parking
- la zone de restauration
- le village exposants



Utile

et Pratique !

- Prévoyez des passages piéton.
- Signalez ces passages piéton par des panneaux visibles.

▪ Le chronométrage

✓ Les différentes possibilités:

- par des prestataires professionnels
- par des adhérents de l'association

✓ Le prévoir :

pour les événements au statut "Compétitions".

dans le budget prévisionnel, coût onéreux.

possible qu'il propose aussi l'organisation des inscriptions sur internet.

Ne pas oublier de fournir les modèles de pass compétition aux chronométreurs pour que les non licenciés puissent les télécharger.

Utile

et Pratique !

Pour limiter les risques d'erreurs, nous vous conseillons de faire appel aux services d'un chronométreur professionnel.



▪ Le speaker

✓ L'utilité :

- fait vivre la manifestation
- transmet les informations importantes de l'événement
- anime les courses par sa connaissances des athlètes
- valorise les partenaires privés et publics en les citant





4ème PARTIE

BÉNÉVOLES



▪ Recruter les bénévoles

✓ Se renseigner :

- auprès des adhérents du club.
- auprès des autres clubs de la même fédération/de la même zone géographique.
- auprès du Comité Départemental de triathlon.
- auprès des Comités Départementaux des autres fédérations.
- auprès de la (des) commune(s) de l'événement.
- auprès des clubs des autres fédérations/de la même zone géographique.
- auprès des associations extra-sportives de la même zone géographique (secourisme, motard...).

✓ Diffuser le besoin :

- dans son réseau personnel professionnel.
- dans son réseau familial.
- sur le site internet du club.
- sur les réseaux sociaux du club.
- sur le site internet de la (des) commune(s) de la manifestation.
- sur le site internet de l'office du tourisme.
- dans la presse locale.
- à la (les) radio(s) locale(s).
- dans le(s) établissement(s) partenaire(s) de l'événement.
- dans la (les) structure(s) des pratiques sportives et culturelles.

▪ Former les bénévoles

✓ Avant la course :

- établir une fiche de “missions” pour les bénévoles
- organiser une réunion en amont de la manifestation pour expliquer le rôle de chacun le jour J et répondre aux questions
- diffuser les informations du déroulé de l'événement
- établir une liste de chaque commissions et leur rôle
- proposer des formations (PSC1, BNSSA, mener une réunion...) si nécessaire

▪ Remercier les bénévoles

✓ A effectuer par les dirigeants :

- un courrier diffusé en mailing sur la boîte mail du club
- un mail individuel
- un article/photo posté sur le site internet de l'association

▪ Fidéliser les bénévoles

✓ Le jour de la course :

- les accueillir chaleureusement
- réaliser des remerciements publics
- offrir le(s) repas.

✓ Après la course :

- organiser une soirée pour les bénévoles
- conserver et maintenir le lien tout au long de l'année
- faire remplir un questionnaire de satisfaction un mois après l'événement.



Les bénévoles qui composent le pôle sécurité des manifestations sont juridiquement considérés comme des préposés. Ils sont donc sous la responsabilité des organisateurs et couverts par la licence manifestation de ces derniers.

Leurs noms et coordonnées doivent être précisés dans le dossier technique de ligue ainsi que dans le dossier préfecture.



Idée +

- Vérifier la validité des diplômes (PSC1, BNSSA, permis bateau, permis de conduire, etc.) chaque année.
- Tenir à jour un listing des bénévoles pour les contacter d'une année sur l'autre.



5ème PARTIE

SPORTIF



▪ Les parcours

✓ Mode de locomotion aquatique :

- prévoir des bouées de couleur vive (jaune, orange, rouge...) et de taille conséquente pour le changement de direction
- éviter d'être trop éloigné des bords, pas plus de 300m en océan ou mer
- privilégier les zones de baignade réglementées
- proposer une boucle ou plusieurs, avec ou sans sortie à l'australienne
- sonder la profondeur ou se renseigner.



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre "Règles de course", paragraphe "Natation".

✓ Mode de locomotion cyclisme :

- flécher au sol d'une couleur distincte
- s'assurer des aspects sécurités
- s'assurer de la qualité du revêtement
- se renseigner à la DIR pour l'accès aux routes
- déterminer si le parcours cycliste comporte plusieurs boucles, une seule boucle ou un aller-retour
- éviter de traverser des axes routiers passager
- favoriser un nombre limité de carrefour
- favoriser les changements de direction à droite
- éviter les milieux urbain (rond-point, dos-d'âne....).



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre "Règles de course", paragraphe "Cyclisme".

✓ **Mode de locomotion pédestre :**

- flécher au sol d'une couleur distincte et différente des parcours cyclistes
- privilégier des boucles d'une distance adaptée au format de course
- varier les environnements (urbain, rural, piste cyclable, chemin...etc.)
- favoriser les revêtements sol en bon état d'usage
- limiter le nombre de carrefour
- favoriser des parcours ombragés si course lors de la période estivale



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre "*Règles de course*", paragraphe "*Course à pied*".



Idée +

- Pour vérifier que les distances que vous proposez sont en adéquation avec votre format de course, utilisez le [calculateur de distance FFTRI](#) à votre disposition).

▪ L'aire de départ

✓ **Départ natation pour triathlon, aquathlon, swim bike :**

- flécher le cheminement d'accès
- matérialiser l'emplacement (arche de départ, tapis de couleur vive, flammes publicitaires...)
 - possible sur plage (océan, mer, plan d'eau)
 - possible départ plongé sur ponton
 - possible départ dans l'eau (prévoir une corde pour matérialiser la ligne de départ)
- s'assurer qu'il peut accueillir l'ensemble des participants.



Les organisateurs peuvent réfléchir à la mise en place d'un départ séparé ou décalé dans le cadre des labels « Triathlon Mixité » et « Épreuve accessible ».



PROPOSITION DE DÉPART n°1 : Un départ commun dans le temps mais séparé géographiquement (parcours identique).

PROPOSITION DE DÉPART n°2 : Un départ commun dans le temps, une sortie d'eau commune mais 2 parcours natation géographiquement séparés.

PROPOSITION DE DÉPART n°3 : Un départ décalé dans le temps. Le départ féminin / paratriathlète se fera impérativement AVANT le départ masculin / valide.

PROPOSITION DE DÉPART n°4 : Une course féminine / paratriathlète et une course masculine / valide à 2 moments différents.

✓ **Départ course à pied pour duathlon, bike and run, swimrun**
:

- flécher le cheminement d'accès
- matérialiser l'emplacement (arche de départ, tapis de couleur vive, flammes publicitaires...)
- possible sur route, sur parking, dans parc, plan d'eau, plage...
- s'assurer qu'il peut accueillir l'ensemble des participants.

Utile

et Pratique !

- Délimitez l'aire de départ pour limiter l'accès au public.
- Prévoyez une entrée pour les athlètes.

▪ L'aire de transition

- flécher le cheminement d'accès
- à délimiter impérativement par des barrières ou tout autre moyen afin de préserver l'accès
- filtrer de manière stricte les entrées et les sorties pendant toute la plage horaire d'ouverture de l'air de transition et de son évacuation d'après-course
- limiter l'accès aux athlètes, personnes accréditées et clairement identifiées
- s'assurer que chaque participant parcourt la même distance entre l'entrée et la sortie de l'air de transition
- délimiter l'espace des participants
- numérotter les emplacements (doit être identique au dossard)
- positionner des pancartes numérotées aux différentes rangées
- l'installer à des distances raisonnables de la sortie d'eau et de la montée sur le vélo
- prévoir un revêtement (moquette) si le sol présente des insécurités.

Utile

et Pratique !

- Installez l'aire de transition proche de l'arrivée, de la zone de remise des récompenses, et de la tente logistique du speaker et du chronométrateur.



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre "Règles de course", paragraphe "Aire de transition".

Avant l'entrée des athlètes dans l'aire de transition pour la dépose du matériel de course, l'organisateur doit penser à :

- numérotter les participants côté gauche (bras et jambe) en inscrivant le numéro correspondant à leur dossard.

Utile

et Pratique !

Prévoyez un nombre suffisant de bénévoles pour marquer les athlètes pour éviter les embouteillages à l'entrée de l'aire de transition.

Le numéro officiel, sous forme de marquage (tatouages ou autres)

:

- Doit être porté par les athlètes dès la mise en place du matériel dans l'Aire de Transition et est contrôlé par les arbitres ;
- Doit être identifié sur le bras gauche et la jambe gauche tel que présenté dans l'exposé de course ;
- Doit être lisible verticalement ;

Utile

et Pratique !

Attention, l'aire de transition doit être équitable.

Veillez à ce que chaque triathlète parcourt la même distance dans l'aire de transition en installant par exemple l'entrée de l'aire de transition dans la diagonale opposée à la sortie de l'aire de transition.

Prévoyez une chaise, un emplacement plus large pour le matériel ainsi que des bénévoles pour l'aide à la transition dans le cadre du label « Épreuve accessible ».

▪ L'aire d'arrivée

- ❑ flécher le cheminement d'accès
- ❑ matérialiser l'emplacement (arche de départ, tapis de couleur vive, flammes publicitaires...)
- ❑ à positionner proche de l'aire de transition, et de la zone logistique du speaker et du chronométrateur



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre "Règles de course", paragraphe "Arrivée".

▪ Les zones de ravitaillement

- ❑ identifier les zones de ravitaillement sur le plan de situation présenté
- ❑ délimiter les zones par des pancartes de début de zone et de fin de zone
- ❑ prévoir le nombre nécessaire de zone selon le format. mettre tableau de préconisation du nombre de ravitaillement selon format pour les parties pédestre et cyclisme.

distance pédestre	nombre de zone de ravitaillement
inférieur à 2 km	à l'arrivée
de 2 km jusqu'à 10 km	1 tous les 2 à 3 km
plus de 10 km	la première à environ 5 km puis tous les 5km environ. Pas de contre indication sur l'emplacement à la sortie de l'air de transition.

Utile

et Pratique !

Il est possible d'en installer plus si les conditions météorologiques sont particulières et/ou si l'organisation le souhaite.

- prévoir l'alimentation en cohérence avec le format de course.

Vous trouverez une liste non exhaustive dans le tableau ci-dessous

:

distance/format de course	aliments possible
format jeune à S (de quelques minutes à environ 1h d'effort)	<p>fruits frais ou séchés ou en compote (sans sucres ajoutés) : abricot, orange, clémentine, citron, pamplemousse, ananas, fraise, mûres, framboise, pomme, poire, pêche, raisins, cerises, dattes, figues, bananes.</p> <p>eau minérales, jus de fruits: pamplemousse, ananas, pomme, raisin, orange lié ou non avec de la banane.</p>
distance/format M	<p>fruits frais ou séchés ou en compote (sans sucres ajoutés) : abricot, orange, clémentine, citron, pamplemousse, ananas, fraise, mûres, framboise, pomme, poire, pêche, raisins, cerises, dattes, figues, bananes.</p> <p>eau minérales, eaux gazeuses dégazéifiées, jus de fruits: pamplemousse, ananas, pomme, raisin, orange lié ou non avec de la banane.</p> <p>avocat, olive.</p> <p>Noisettes, châtaignes, gingembre.</p> <p>sel de mer</p>
distance/format L, XL, XXL	<p>fruits frais ou séchés ou en compote (sans sucres ajoutés) : abricot, orange, clémentine, citron, pamplemousse, ananas, fraise, mûres, framboise, pomme, poire, pêche, raisins, cerises, dattes, figues, bananes.</p> <p>eau minérales, eaux gazeuses dégazéifiées, jus de fruits: pamplemousse, ananas, pomme, raisin, orange lié ou non avec de la banane.</p> <p>avocat, olive.</p> <p>Noisettes, châtaignes, gingembre.</p> <p>Pomme de terre.</p> <p>légumes frais en soupe chaude ou froide, les jus de tomates, carottes...mixés ou non avec du quinoa, tapioca, lié avec de la féculé de maïs, châtaigne.</p> <p>sel de mer</p>

- ❑ pourvoir en eau les zones dans des quantités permettant à chaque participant de se désaltérer
- ❑ positionner les aliments solides et les liquides sur deux tables distinctes
- ❑ favoriser des verres réutilisables
- ❑ placer un ravitaillement à la sortie de l'aire de transition (environ 200m après)



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre "*Règles de course*", paragraphe "*Zone de Ravitaillement*".

Utile

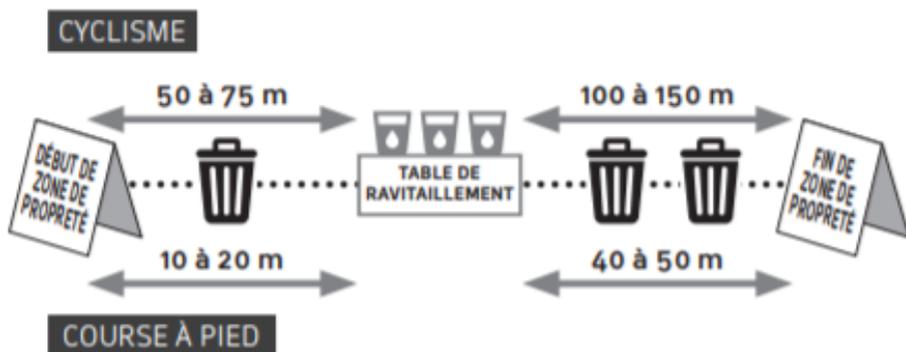
et Pratique !

Adaptez la quantité de ravitaillements en fonction de la saison et notamment l'eau en cas de fortes chaleurs.

▪ Les zones de propreté

- ❑ identifier les zones de propreté sur lesquelles les concurrents pourront abandonner leurs matériels, déchets et emballages divers à proximité des ravitaillements
- ❑ délimiter les zones par des pancartes de « début de zone de propreté » et de « fin de zone de propreté »
- ❑ prévoir une dimension suffisante pour ces zones pour permettre une dépose sans arrêt et garantir la sécurité des concurrents

Recommandation de mise en place :



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre « Règles de course », paragraphe « Zone de propreté ».

▪ Les zones de contrôle de passage

- ❑ effectuer un pointage des dossards aux points de parcours (vélo & course à pied) les plus opportuns par tout moyen à sa convenance (tapis de chronométrage, chouchou, lacet, bandeau, etc.)

Les contrôles de passage sont de la responsabilité de l'organisateur qui doit transmettre les pointages à l'arbitre principal.



Retrouvez toutes les modalités techniques dans la *Réglementation sportive* au chapitre "*Règles de course*", paragraphe "*Zone de contrôle de passage et nombre de tours*".

▪ Le matériel



- une arche de départ/une arche d'arrivée : rapprochez vous de vos partenaires, c'est un bon support pour donner de la visibilité
- un parc à vélo si nécessaire
- des barrières de chantier
- des bouées pour signaler les changements de direction sur la partie aquatique
- de la moquette (départ natation, sortie d'eau, parc à vélo, sortie parc à vélo).



ASTUCE RECUP'

Certains magasins dotent généreusement les organisateurs en période de fêtes de fin d'année (comme par exemple Décathlon, Intersport, Liddle, Carrefour, etc.).

N'hésitez pas à vous rapprocher des magasins en amont, ils peuvent vous mettre de côté la moquette pour venir la récupérer lors du démontage de l'aménagement des fêtes de fin d'année.

- des oriflammes publicitaires, du club, du département, de la région, des partenaires de l'événement, etc.

- un podium
- la sono
- un ou des tivolis, ou tente
- des tables (ravitaillement, retrait des dossards, chronométrateur...).
- des chaises
- des piquets bois avec flèche directionnelle



ASTUCE RECUP'

Donnez une seconde vie à vos objets ! Vous avez une menuiserie près de chez vous ? N'hésitez pas à demander à récupérer les chutes de bois en contrepartie d'une publicité le jour de l'événement.

- des panneaux "attention course" et "attention coureurs"
- des rallonges électriques
- une massette et un marteau
- de la rubalise de chantier ou des partenaires de l'événement
- des bombes de marquage éphémère de couleur



N'oubliez de penser à l'environnement en choisissant des produits respectueux de l'environnement.

- des moyens de locomotions ouvreuse de course et fermeture de course (vélo, moto, voiture, trottinette) : pas besoin d'être un cycliste professionnel pour devenir ouvreuse, choisissez la solution du vélo électrique !

Prévoyez un vélo ouvreuse de course pour la première triathlète féminine et pour le premier paratriathlète et la première paratriathlète féminine dans le cadre des labels « Mixité » et « Épreuve accessible ».

▪ La réglementation

Juridiquement, la sécurité et la violence relèvent de plusieurs codes :

- Code de la santé publique, Code Pénal, Code Général des collectivités territoriales, Code Civil, etc.
- Le code du sport reprend, dans les articles L.332-1 à L.332-21, tous les éléments relatifs à son domaine.

La **Réglementation Générale Fédérale (RGF)**, est l'outil fédéral de référence pour toute organisation affiliée à la Fédération Française de Triathlon et des disciplines enchaînées.

Les **Règles Techniques de Sécurité (RTS)** édictées par la FFTRI complètent la RGF.

Ces documents de référence sont actualisées chaque année, veuillez donc à vous procurer la dernière version.

✓ Comment se les procurer ?



Téléchargez la R.G.F et les R.T.S en vigueur sur le site internet de la Ligue Nouvelle-Aquitaine et de la F.F.TRI.

▪ Qui sont les acteurs de la sécurité ?

- les organisateurs
- les bénévoles
- les arbitres
- les pratiquants
- les forces de l'ordre
- les secouristes

▪ Règlement de l'épreuve

Un règlement général de l'épreuve doit être porté à connaissance des concurrents (téléchargeable sur le site internet de l'organisation, transmis par mail ou lors de l'inscription).

Celui-ci précise :

- les modalités de l'épreuve (nombres de sections, distances, dénivelés, ravitaillements, etc.),
- le matériel obligatoire
- le règlement intérieur (classement, pénalités, etc.).

Des officiels sont présents pour veiller au respect et à l'application de son règlement.

▪ Briefing

Temps d'information essentiel avant le départ de la course.

L'Arbitre Principal rappelle les règles de la pratique et l'organisateur peut rappeler les spécificités du site (carrefour dangereux, revêtement au sol, etc.).

▪ **Sécurité aquatique et terrestre**

La sécurité de l'épreuve doit être assurée dans deux contextes environnementaux : la partie aquatique et la partie terrestre.

○ **PARTIE AQUATIQUE**

✓ **Bénévole partie aquatique (titulaire du BNSSA obligatoire)**

Le choix du parcours et la surveillance durant la course sont assurés par un titulaire du Brevet National de Sécurité et de Sauvetage Aquatique ou par un maître-nageur. Les changements de direction doivent être signalés.

L'arbitre principal indiquera à votre demande le nombre de BNSSA et bateaux requis pour votre manifestation en fonction de son format et du nombre de participants.

Bateaux : au minimum 3 par bateau à moteur : pilote + 1 BNSSA + 1 bénévole supplémentaire

Kayaks, Paddle, Surf : embarcation non motorisées donc pas d'obligation réglementaire mais le bénévole doit être titulaire a minima d'un BNSSA

Plongeurs : niveau 1 « Initiateur plongée » requis certifié par la FFESSM



✓ Arbitrage

- positionner au minimum un bateau d'arbitre par bouée de changement de direction
- prévoir un bateau de contrôle de la température de l'eau

Le nombre de bateaux d'arbitres est défini par l'arbitre principal.

L'Arbitre Principal peut décider de l'annulation ou du remplacement de l'épreuve en cas de problèmes liés aux conditions aquatiques (température, analyses de l'eau, forte houle, etc.).



Possibilité de transformer un triathlon en duathlon en cas de problème du milieu aquatique en utilisant le circuit pédestre existant.

○ PARTIE TERRESTRE

✓ Bénévole sur la partie terrestre : les signaleurs

L'autorité administrative peut agréer des "signaleurs" chargés de signaler l'épreuve aux usagers de la route sur l'itinéraire emprunté, conformément à l'article R411-31 du code de la route.

L'arrêté qui autorise l'épreuve mentionne le nom des signaleurs désignés pour l'épreuve.

Ces derniers :

- doivent être majeurs et titulaires du permis de conduire ; portent des signes vestimentaires permettant de les identifier (gilet haute visibilité) ;
- peuvent être fixes ou mobiles ;
- doivent être à même de produire, dans de brefs délais, une copie de l'arrêté autorisant la course fournie par l'organisateur ;
- sont tenus de se conformer aux instructions des membres des forces de l'ordre territorialement compétents et de leur rendre compte des incidents qui peuvent survenir.

✓ Force de l'ordre

La présence de forces de l'ordre est fortement conseillée sur la voie publique, en cas de manifestation ouverte ou fermée à la circulation.

L'organisateur peut faire appel à :

- la police municipale : s'adresser à la commune
- la gendarmerie : s'adresser au groupement de gendarmerie du département

Leur intervention peut être requise en cas de forte affluence et en cas de litiges avec les riverains et/ou les usagers de la route.

Le dossier préfecture validé doit être fourni lors de la demande auprès des forces de l'ordre.



✓ Arbitres

La Commission Régionale d'Arbitrage définit le nombre d'arbitres nécessaires selon le format de l'épreuve.

NOMBRE D'ARBITRES PAR EPREUVE	
Triathlons et Duathlons	
Epreuves strictement Jeunes	4 (du club si possible) arbitres non indemnisés, mais défrayés (Arbitrage non facturé à l'organisateur par la Ligue).
XS et S sans AA	6 (jusqu'à 100 inscrits) (*)
XS et S avec AA	5 (jusqu'à 100 inscrits) (*)
M sans AA	7 (jusqu'à 100 inscrits) (*)
M avec AA	6 (jusqu'à 100 inscrits) (*)
L	10 (jusqu'à 100 inscrits) (*)
XL	11 (jusqu'à 100 inscrits) (*)
XXL	13 (jusqu'à 100 inscrits) (**)
CLM par équipes	8 (jusqu'à 20 équipes) (***)
Bike and Run	3 (ou plus si cas particulier)
Aquathlon	2 (ou plus si cas particulier)
Autres	A voir au cas par cas
(*) un de plus par tranche de 100 inscrits, au-delà de 100 inscrits.	
(**) un de plus par tranche de 200 inscrits, au-delà de 100 inscrits.	
(***) un de plus par tranche de 20 inscrits, au-delà de 20 inscrits.	

Ils sont tenus de :

- être responsable de l'organisation de l'arbitre de l'épreuve (AP + Assesseurs)
- veiller à l'application des règles de course
- vérifier la conformité des athlètes pendant l'épreuve
- prendre contact avec l'organisateur en amont de l'épreuve afin de prendre les renseignements nécessaires pour organiser son dispositif
- contrôler la liste des engagés
- valider les classements à l'issue de l'épreuve
- avoir un rôle de conseil et d'information pour l'organisateur, les participants et le public

Les 3 principe essentiels de l'arbitrage :

- être pédagogue
- privilégier la remise en conformité des concurrents
- relativiser tant que possible la sanction à l'attention du concurrent

Pour la partie cycliste, prévoir des motos biplaces avec un pilote pour transporter des arbitres, l'A.P. vous communiquera le nombre requis.



Retrouvez toutes les modalités dans la *Réglementation sportive* au chapitre "*Manifestation*", paragraphe "*Arbitres*".

▪ **Quels peuvent être les causes d'annulation d'épreuves ?**

- conditions météorologiques
- manque de bénévoles
- analyse de l'eau
- arrêté préfectoral



ANNULATION DE L'ÉPREUVE ?

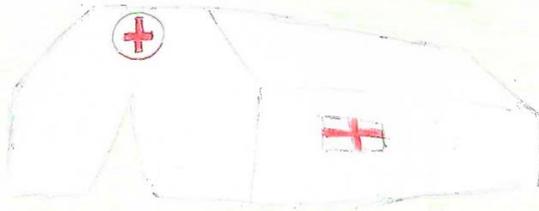
N'oubliez pas de prévenir :

- ✓ **L'arbitre principal**
- ✓ **Les secouristes**
- ✓ **Les forces de l'ordre**



7ème PARTIE

MÉDICAL



▪ Sécourisation médicale de l'épreuve

L'organisateur a une **obligation de moyens** qui lui impose de prendre toutes les mesures nécessaires pour éviter les accidents et de mettre en place une chaîne de secours, de soins et d'évacuation d'un éventuel blessé (parmi les concurrents, le public ou l'organisation).

Il doit donc mettre en place des dispositifs préventifs de sécurité et de secours :

- au minimum **1 médecin** ou **1 poste de secours**
- les **moyens humains** et **matériels** devront être adaptés selon l'importance de la manifestation : nombre de compétiteurs, âge des compétiteurs, nombre de spectateurs, à la durée de la course, type de parcours, conditions météorologiques prévisibles etc.

L'organisateur doit recruter un médecin inscrit à l'ordre des médecins, avec un matériel adapté aux interventions d'urgence et la mise à disposition d'un vecteur de transport adéquat du personnel d'intervention.

A défaut de pouvoir recruter un médecin, l'organisateur devra disposer d'un 1 poste de secours armé au minimum de 3 secouristes et la possibilité de véhiculer ces secouristes sur les pistes d'accès au tracé de l'épreuve.



Retrouvez toutes les prérogatives dans les *Règles Techniques de Sécurité* au chapitre "Structures de secours".

▪ Dopage

Des contrôles antidopage peuvent être réalisés dans tout lieu où se déroule un entraînement ou une manifestation sportive.

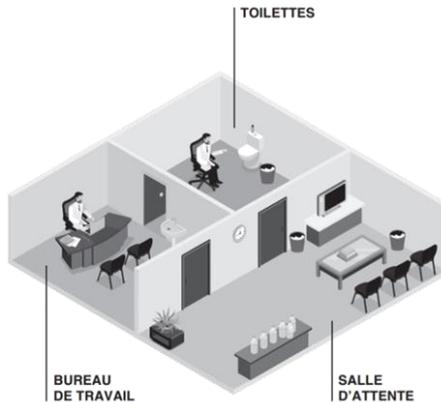
L'organisateur doit mettre en place des locaux appropriés à la disposition de la personne chargée du contrôle.

Personnes habilitées :

- Le préleveur agréé par l'Agence Française de Lutte contre le dopage,
- La personne mise à disposition par l'organisateur qui accompagne chaque athlète.
- Toute présence supplémentaire est soumise à l'autorisation du préleveur agréé.

Mise à disposition de locaux : L'aménagement et l'installation doivent permettre de préserver la dignité et la sécurité des personnes concernées.

L'organisateur a l'obligation de prévoir un local de contrôle anti-dopage



Retrouvez toutes les prérogatives dans les *Règles Techniques de Sécurité* au chapitre "Lutte contre le dopage".

▪ Certificat médical

Toute participation à une compétition est soumise :

- ❑ à la présentation obligatoire par les participants à l'organisateur d'une licence compétition délivrée par la Fédération Française de Triathlon en cours de validité à la date de la manifestation

OU

- ❑ à la remise à l'organisateur d'un certificat médical d'absence de contre-indication à la pratique du sport en compétition ou de la discipline considérée en compétition, datant de moins d'un an à la date du jour d'inscription à la compétition, ou de sa copie.



Retrouvez toutes les prérogatives dans les *Règles Techniques de Sécurité* au chapitre "Certificat médical".



ANNULATION DE L'ÉPREUVE ?

N'oubliez pas de prévenir :

- ✓ Les secouristes
- ✓ Le(s) médecins



8ème PARTIE

LABELLISATION



▪ **Les labels régionaux**

Chaque saison, la Ligue Nouvelle-Aquitaine attribue 12 labels régionaux à des organisateurs qui ont préalablement postulé pour se voir décerner le label.

Pour postuler aux labels régionaux, l'organisateur doit formuler sa demande à la Ligue en complétant le document transmis lors de la pré-inscription de l'épreuve au calendrier régional puis le retourner avant la date limite indiquée.



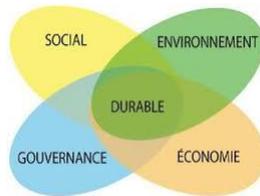
Téléchargez sur le site internet de la Ligue le cahier des charges des labels régionaux.

▪ Les labels Triathlon Durable



Le label Triathlon Durable a pour but d'identifier les organisations qui s'inscrivent dans la démarche Développement Durable et mettent en œuvre des actions de terrains concrètes.

Le label s'articule autour des **4 piliers du Développement Durable** :



Les organisateurs souhaitant obtenir le label pour leurs épreuves choisissent parmi 33 engagements, répartis sur les 4 thématiques, les actions qu'ils souhaitent mettre en œuvre.

• Label fédéral, pour en bénéficier l'organisateur doit mettre en œuvre un engagement par thématique.

Label *



• Label fédéral, pour en bénéficier l'organisateur doit mettre en œuvre deux engagements par thématique.

Label **



• Label institutionnel du CNOSF " Développement Durable, le Sport s'engage".

Label institutionnel du CNOSF



Téléchargez sur le site internet de la Ligue le cahier des charges des labels « Triathlon Durable ».

N'hésitez pas à contacter la Commission Triathlon Durable de la Ligue si vous souhaitez obtenir plus d'informations sur le Label « Triathlon Durable ».



Quelques exemples d'actions à mettre en place dans le cadre du Label Triathlon Durable :

- ✓ Formez, sensibilisez les bénévoles de l'organisation à la prise en compte du développement durable dans votre organisation
- ✓ Utilisez des gobelets réutilisables, gobelets en carton ou biodégradables, contenants consignés, etc.
- ✓ Remplacez les bouteilles d'eau en plastique par des rampes à eau, des réservoirs, des jerricanes, etc.
- ✓ Mettez en place un dispositif de covoiturage, créez un partenariat avec les transports en commun de la ville, etc.
- ✓ Valorisez les producteurs locaux pendant votre événement (stand, marché des producteurs, etc.)
- ✓ Mutualisez les achats ou location d'équipements « lourds » en coopération avec d'autres associations (parc à vélo, arche, podium, sonorisation, tentes, etc.)
- ✓ Développez une action de recyclage d'équipements sportifs (bourse d'échanges, trocs, reventes, etc.)
- ✓ Ouvrez votre épreuve aux publics cibles des féminines, paratriathlètes, jeunes de quartiers « dits défavorisés », etc.
- ✓ Proposez des conseils de préparation aux participants surtout dans une logique de découverte du triathlon et des disciplines enchaînées par des novices (entraînement, nutrition, échauffement, règles de course, etc.)



▪ **Label Triathlon Mixité**



Le label triathlon mixité a pour objectif de prendre en compte certaines valeurs telles que **l'égalité de traitement des hommes et des femmes** (primes, lots), de **visibilité** (départs, prise de parole du ou de la speaker, résultats), ainsi que le **respect de leurs différences**.

Outil de développement de la pratique en compétition, il prend en compte les spécificités de la pratique débutante (formats de course, vestiaires...).

Ce label est formé de **3 critères obligatoires** qui constituent le socle commun national.

1. Des lots équitables et cohérents pour les femmes et les hommes.

Privilégier des lots neutres et de même valeur pour des places identiques



2. 1 vestiaire pour les femmes, 1 vestiaire pour les hommes.



3. Des départs natation différenciés hommes/femmes, au choix parmi 4 options pour les organisateurs.

Chaque ligue et chaque club sont libres d'intégrer ou non ce dispositif, celui-ci est conçu de telle manière qu'il permet à chaque ligue d'avancer à son rythme.



Téléchargez sur le site internet de la Ligue le cahier des charges du label « Triathlon Mixité ».



#3X+2FUN

N'hésitez pas à contacter la Commission Mixité de la Ligue si vous souhaitez obtenir plus d'informations sur le Label « Triathlon Mixité ».

▪ **Label Épreuve accessible**



Afin de renforcer l'accueil des paratriathlètes sur les épreuves, la Fédération Française de Triathlon a créé le "Label Accessible".

Ce label a pour but de garantir la sécurité et l'accessibilité des paratriathlètes sur les épreuves y ayant souscrit.

Il se compose de **9 critères obligatoires** répartis dans les domaines de la **sécurité** (3 critères) et de l'**accessibilité** (9 critères).

1. **Des bonnets et des dossards distinctifs pour les paratriathlètes.**
2. **L'organisateur doit être en mesure de proposer aux paratriathlètes un départ décalé.**
3. **Un vélo ouvreur sur le parcours course à pied devant l'athlète en tête de l'épreuve paratriathlon (homme ou femme).**



Téléchargez sur le site internet de la Ligue le cahier des charges du label « Épreuve accessible ».

N'hésitez pas à contacter la Commission Paratriathlon de la Ligue si vous souhaitez obtenir plus d'informations sur le Label « Épreuve accessible ».

▪ **Les challenges régionaux**

La Ligue Nouvelle-Aquitaine de Triathlon organise quatre challenges sur son territoire.

Pour être inscrites aux calendriers de ces différents challenges, les épreuves doivent respecter certains critères que vous pouvez découvrir ci-dessous.

○ **Challenge Régional Jeunes**

Le Challenge régional individuel Jeunes a pour objectif de promouvoir la pratique des catégories poussins jusqu'à juniors en proposant une série de compétitions attractives.

Ce Challenge récompense les jeunes les plus présents et les plus performants sur les épreuves régionales et propose des épreuves jeunes de qualité.

○ **Challenge des Écoles de Triathlon**

Le Challenge régional des Écoles de Triathlon (CET) de Nouvelle-Aquitaine, proposé en complément du Challenge Jeunes, est ouvert uniquement aux clubs formateurs labellisés pour la saison en cours.

Chaque club cumule des points au fil des participations de ses jeunes à chaque manche du challenge. Au terme de la dernière épreuve de la saison, tous les clubs formateurs sont classés.

Pour participer au challenge, une épreuve doit satisfaire aux points suivants :

- ✓ Le club organisateur possède une école de triathlon labellisée.
- ✓ Les épreuves doivent permettre d'obtenir un classement distinct pour chaque catégorie jeune.
- ✓ Il est possible que les épreuves proposées selon les catégories soient réparties sur 2 jours différents.

Les distances suivantes doivent se trouver proposées par l'organisateur :

- Courses enfant 6/9 ans
 - Courses enfant 8/11 ans
 - Courses enfant 10/13 ans
 - Distance XS
 - Distance S
-
- ✓ Les épreuves peuvent être un aquathlon, un duathlon, un triathlon ou un bike and run.
 - ✓ Les épreuves sont inscrites au calendrier de Nouvelle-Aquitaine de la FFTRI.

Les épreuves remplissent les obligations suivantes :

- ✓ Sont arbitrées par un arbitre officiel de la FFTRI
- ✓ Respectent la réglementation FFTRI
- ✓ Disposent d'un parc à vélo fermé au public
- ✓ Les parcours sont construits de manière à minimiser les croisements des concurrents.
- ✓ En cas de croisement, les voies sont séparées (barrières, rubalise ou tout autre moyen adéquat)
- ✓ Des bénévoles (3 minimum) seront prévus dans le parc à vélo en soutien aux enfants pour les catégories poussins et pupilles
- ✓ Un briefing est réalisé, de type pédagogique. La possibilité de poser des questions est offerte aux jeunes concurrents.



○ Challenge Féminin 3WEST

La Ligue Nouvelle-Aquitaine de Triathlon organise un Challenge régional féminin, ouvert aux licenciées de la Ligue pour valoriser la pratique du Triathlon féminin.

Le circuit régional comporte uniquement des épreuves labellisées « Triathlon Mixité » garantissant ainsi un accueil de qualité sur les manifestations aux pratiquantes confirmées et débutantes.



La remise des prix du Challenge des paratriathlètes est organisée dans le cadre du Séminaire Triathlon Santé de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Triathlon (courant novembre).

❖ CONDITIONS POUR DEVENIR ÉPREUVE SUPPORT :

- Votre manifestation doit être labellisée « Triathlon Mixité » pour la saison en cours
- Communication sur le label & le challenge :
 - **avant la manifestation** : affichage logos sur supports de communication, nomination d'un.e référent.e Mixité
 - **le Jour J** : affiches, stand d'information Commission Mixité (infographie Mixité + roll up pour tentes), annonce micro par le speaker
 - **après la manifestation** : communication des classements à la Ligue, publication du classement du Challenge

○ **Challenge Paratriathlon**



La Ligue Nouvelle-Aquitaine de Triathlon organise un Challenge des paratriathlètes, ouvert aux paratriathlètes licencié.e.s et non licencié.e.s, pour valoriser la pratique du Paratriathlon. .

Le circuit régional intègre uniquement les épreuves labellisées « Épreuve accessible » pour la saison en cours, garantissant ainsi un accueil de qualité pour les paratriathlètes sur les manifestations.



La remise des prix du Challenge des paratriathlètes est organisée dans le cadre du Séminaire Triathlon Santé de la Ligue Nouvelle-Aquitaine de Triathlon (courant novembre).

❖ **CONDITIONS POUR DEVENIR ÉPREUVE SUPPORT :**

- Votre manifestation doit être labellisée « Épreuve accessible » pour la saison en cours
- Communication sur le label & le challenge :
 - **avant la manifestation** : affichage logos sur supports de communication, nomination d'un.e référent.e Paratriathlon
 - **le Jour J** : affiches, stand d'information Commission Paratriathlon, annonce micro par le speaker, podium paratriathlètes
 - **après la manifestation** : communication des classements à la Ligue, publication du classement du Challenge



9^{ème} PARTIE

ANIMATIONS



▪ Village partenaire

Mettez en place un village partenaires sur votre manifestation !

Les  :

- animation partenaires + officiels
- vente ou location de produits (tri fonction, vélo, combinaison, etc.), cela constitue une plus value pour les spectateurs et les participants
- informations, jeux concours, etc.
- retombées directes pour les partenaires en termes de partenariats



▪ Collecte de déchets

Pendant la reconnaissance du parcours ou après la manifestation, tous les moments peuvent être opportuns pour collecter des déchets.

Les  :

- fédérer les triathlètes et les supporters,
- trouver des partenaires,
- donner une image ++ pour les institutions et les collectivités

▪ Coaching Triathlon Santé : viens tester le triathlon

Installez une animation “Triathlon Santé” en proposant les 7 ateliers du Coaching Triathlon Santé !

Une façon ludique de faire découvrir le triathlon aux spectateurs, sportifs ou non sportifs, un public adulte ou enfant.

Rapprochez-vous de la Commission Triathlon Santé de la Ligue si vous souhaitez mettre en place une animation Triathlon Santé, des éducateur.trice.s formé.e.s pourront vous assister.



▪ Soutien d’une œuvre caritative

Le Téléthon, le Ruban Rose, ou tout autre soutien à une œuvre caritative peut être l’occasion d’organiser une manifestation.

Les 

- fédérer les triathlètes et les supporters,
- collecter des fonds pour une bonne cause
- attirer un public néophyte qui participe en soutien à la cause
- trouver des partenaires,
- donner une identité forte à votre manifestation



10ème PARTIE

COMMUNICATION

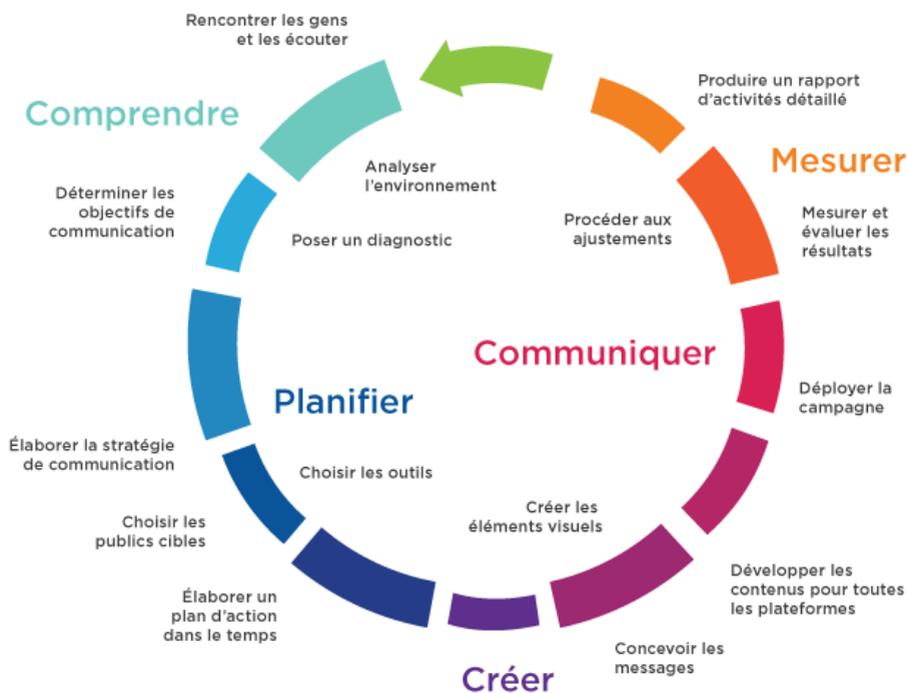


▪ Le plan de communication

Quelque soit la taille de votre manifestation, il est important de mettre en place un plan de communication pour transmettre les **informations** relatives à votre événement et en assurer la **promotion**.

Votre plan de communication pourra amener à la mise en place d'une communication « interne » ou externe » ou les deux.

Le schéma ci-dessous présente les différentes étapes à respecter dans la mise en place du plan de communication :



▪ Les objectifs de communication

Il est nécessaire de définir clairement les objectifs de la manifestation que vous allez mettre en place et de les formaliser dans un document de référence.

Un objectif de communication soit se définir selon 3 dimensions :

- Au niveau cognitif (**faire connaître**) : c'est le niveau de la connaissance. La communication a pour but la prise de conscience, l'attention, la notoriété et l'information de la cible au sujet d'un club ou d'un événement.
- Au niveau affectif (**faire aimer**) : c'est le niveau d'appréciation. La communication agit sur les attitudes, elle a pour objet d'éveiller l'intérêt, le désir et la préférence des individus.
- Au niveau comportemental (**faire agir**) : le but est d'entraîner une action se traduisant par un nouveau comportement : participer à la compétition, venir assister à la manifestation, devenir bénévole, etc.



Connaître



Aimer



Agir

▪ Les cibles de communication

- Il est nécessaire d'identifier le public que vous voulez toucher afin de ne pas perdre de temps et d'énergie à communiquer trop largement auprès d'un public qui ne sera pas intéressé.
- Il faudra connaître le mieux possible certains éléments tels que ses attentes ou ses habitudes.

▪ Les supports de communication

✓ Le site internet

Un événement se doit désormais de posséder son site. Il permet aux visiteurs d'avoir des informations précises sur toutes les caractéristiques de la manifestation.

2 solutions : créer un site internet dédié à l'événement ou créer un onglet spécifique au sein du site internet du club

Il rassemble toutes les informations relatives à l'événement :

- **Inscriptions** : lien vers l'inscription (si via un prestataire extérieur) ou téléchargement des documents (si inscription en interne)
- **Infos Courses** : programme, épreuves, tarifs, parcours, retrait des dossards, règlement épreuves, réglementation sportive, prize money, documents pratiques
- **Résultats** : lien vers le site du chronométreur ou téléchargement des classements (si chronométrage interne)
- **Retour sur les éditions précédentes**
- **Bénévoles** : informations pour devenir bénévole
- **Partenaires** : Village exposants, présentation des partenaires, et éventuellement des offres partenaires : hébergement, restauration, location de matériel, etc.
- **Athlètes** : Règlement de l'épreuve, conseils pratiques, ravitaillements, etc.
- **Infos pratiques** : Plans d'accès, contacts, FAQ, , les hébergements
- **Médias** : photos, vidéos, revue de presse, liens vers les réseaux sociaux

✓ Les relations presse

La transmission des informations par les médias dépend souvent de la qualité des communiqués de presse, dossiers et conférences de presse, ainsi que de l'intérêt et la qualité de la manifestation.

Les journalistes s'intéressent à ce qui intéresse le lecteur : du neuf et de l'actualité. Il faut leur donner des faits qui sortent de l'ordinaire.

5 éléments de base pour attirer l'attention des journalistes :

1. Présenter votre manifestation clairement : son projet, son histoire, ce qui constitue sa différence.
2. Présenter le public : savoir à qui l'on s'adresse ; qui sont précisément les personnes que l'on veut toucher ? Quelles sont leurs préoccupations ? A qui voulez-vous vous adresser réellement ? Aux élus ? Aux jeunes d'une ville ? Aux femmes ? Que pense réellement votre public ? Que connaît-il de vous ? Quelle image se fait-il de vous, de vos activités, de vos idées ?
3. Présenter le message : que voulez-vous dire précisément ?
4. Pourquoi ? Poser la question « pourquoi » permet de vérifier si le message que vous avez conçu sert vraiment l'objectif premier de la publicité.
5. Quand et Comment ? 50% de la communication passe par la forme. Les médias déterminent la moitié de votre message. Consacrez autant de temps à choisir les images et la qualité qu'à rédiger vos textes.

Utile

et Pratique !

Il existe de nombreux organes de presse très différents, il est important de pouvoir identifier le journaliste auquel vous allez adresse votre communiqué et/ou dossier de presse.

➤ **Communiqués et dossiers de presse**

Il est indispensable d'envoyer le dossier ou le communiqué de presse à une personne précise et pas à l'organe de presse.

Il est donc nécessaire de :

- Repérer le ou la journaliste qui traite le sujet.
- Téléphoner pour se présenter et connaître le nom de celui ou celle qui suivra l'activité et lui adresser un courrier personnalisé.
- Respecter quelques règles simples dans la rédaction du communiqué de presse :
 - Être bref et précis (pas plus d'une page, jamais recto-verso)
 - N'envoyer jamais de version manuscrite du communiqué
 - Hiérarchiser les informations en commençant par la plus importante
 - Ne pas faire de commentaires des faits, en donnant votre position.
 - Indiquer les coordonnées du contact presse de votre organisation

La première chose qui intéresse les médias est l'événement : du neuf, des faits, du vécu, de la vie !

➤ Conférence de presse

Nous vous conseillons de l'organiser en semaine (hors weekend) au plus tard à 11h du matin afin que les journalistes aient le temps de traiter le sujet le soir ou le lendemain.

1. Introduction (5 minutes)
 - Salutations courtes
 - Rappel de l'objet de la conférence de presse
 - Présentation du déroulement
 - Introduction des orateurs
 - Remise des dossiers d'information.
2. Discours (15 minutes maximum)
 - 2 discours maximum
3. Débat (30 minutes)
 - Réponses aux questions des journalistes
 - Interviews individuelles
 - Photos
4. Point final (discours de clôture)

Utile

et Pratique !

Vous pouvez organiser un « petit-déjeuner de presse » en invitant les journalistes dès le matin. Cela peut permettre la mise en avant d'un partenaire alimentaire (boulangerie, etc.).

✓ La radio

radiofrance

Les radios locales sont généralement ouvertes aux informations locales et elles présentent l'avantage de couvrir un secteur géographique non négligeable.

Sélectionnez la ou les radios susceptibles de relayer votre information en prenant connaissance de leur ligne éditoriale.

Il est essentiel d'identifier au préalable le ou la journaliste en charge de la rubrique sportive ou de l'émission choisie à qui vous allez communiquer votre message.

✓ La télévision

3 nouvelle
aquitaine

Dans le cadre d'une manifestation d'envergure régionale, il faut cibler les télévisions locales, les stations régionales de France télévision ou les « décrochages régionaux » des chaînes nationales.

✓ La presse écrite

La presse quotidienne régionale est la plus à même de relayer vos informations en tant qu'organisateur local, en particulier dans ses rubriques locales voire départementales.

Il conviendra à ce niveau d'orienter votre message en direction du correspondant local et si besoin est, vers le (ou la) journaliste en charge de la page départementale.

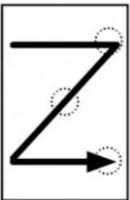
Vous pouvez aussi, si vous en avez les moyens, acheter un espace publicitaire dans lequel vous serez entièrement libre de promouvoir votre manifestation comme bon vous semble.

Cela peut être un argument déterminant dans la prise de décision d'un partenaire économique : en lui garantissant une visibilité publicitaire dans le journal, il sera plus facile de convaincre un partenaire de soutenir votre manifestation.

✓ L'affiche

Un bonne affiche doit :

- **Être informative** : les informations précises qui doivent obligatoirement figurer sur l'affiche sont :
 - La date de l'événement
 - Les horaires
 - Les coordonnées de l'organisateur (téléphone, mail, site internet, etc.)
 - Les logos des partenaires principaux
 - Le lieu de l'événement
 - Le prix
- **Être impactante** : le public visé doit être rapidement touché avec les attributs essentiels de l'événement. Le choix d'un visuel adéquat est primordial pour garantir l'accroche visuelle.
- **Être différenciante** : au quotidien, nous sommes saturés par la communication, il est essentiel de se démarquer en proposant une image différente (choix du logo, du graphisme, etc.).
- **Susciter l'émotion** : un événement sportif est vecteur d'émotion, et c'est tout l'enjeu d'y assister. L'affiche doit rappeler aux participants et spectateurs que l'événement va leur faire vivre un moment unique.



On parle d'une lecture en « Z » lorsque l'on regarde une affiche. L'œil remarque la photo puis se dirige sur le titre, le lieu et enfin la date. Il est aussi nécessaire de mettre en avant les partenaires (sur le bandeau bas, intégration du logo dans le visuel, naming de l'événement, etc.).

Quelques exemples d'affiches :



On compte sur vous pour veiller à mettre en place une communication qui permet à chacun et chacune de s'identifier, sans stéréotype !

✓ Les réseaux sociaux



Ces médias sont devenus extrêmement importants, rapides et efficaces tout en présentant l'avantage d'être quasiment gratuits.

Il conviendra donc de ne pas négliger leur impact surtout si on a la possibilité d'identifier un réseau d'utilisateurs intéressants.

Mais avant de se jeter à corps perdu sur toutes les plateformes sociales, il est important de prendre un temps de réflexion afin éviter les pièges.

Les premiers pièges à éviter :

- Être obsédé par le nombre de « fans » ou de « followers »
- Se lancer en créant des comptes sur chaque plateforme
- Ne pas répondre aux commentaires (Ou répondre tardivement)
- Acheter de la publicité Facebook en espérant vendre tous vos dossards
- Ne plus parler de l'évènement une fois terminé

Vous pouvez ainsi proposer des jeux en ligne, faire gagner des dossards, des live tweets par exemple, pour les gagnants.

Pour animer, n'hésitez pas à créer un effet « teasing » et proposez des vidéos d'entraînement, des vidéos des éditions précédentes, des scènes insolites, des temps forts ou autres.

Bien que les réseaux sociaux soient des outils très puissants, ces derniers ne fonctionnent pas seuls.

Ils font partie d'une stratégie de communication globale pour votre évènement (Incluant : TV, presse écrite, réseaux sociaux,...), d'où découle une stratégie Internet.

1. Analysez votre secteur :

Les premières questions que vous devrez vous poser seront : quels sont les évènements concurrents ? comment communiquent-ils ? sur quelles plateformes sociales sont-ils ?

Parle-t-on déjà de mon évènement sur les réseaux sociaux ? Si oui, qui en parle ? Des journalistes, le public, etc... Sur quelle plateforme sociale ? Suivent-ils mes comptes sociaux ? Comment je pourrais utiliser leur témoignage dans le cadre de la promotion de mon évènement ? etc...

2. Déterminez des objectifs en fonction de vos attentes :

Pourquoi avez-vous choisi d'être présent sur les médias sociaux ? Les raisons peuvent être multiples (Attirer plus de spectateurs, vendre plus de billets, moins dépendre de la presse,...) C'est pourquoi vos objectifs doivent être pertinents.

Si par exemple vous choisissez d'être présent sur Facebook pour vendre plus de billets pour votre évènement, votre outil de mesure ne sera certainement pas le nombre de fans de votre page, mais plutôt le nombre de clic ou d'achat de billets depuis l'onglet que vous avez installé sur votre page.

Vous pourrez ainsi définir que 30% des ventes proviennent de Facebook et améliorer l'édition suivante, que telle plateforme génère assez ou pas assez de revenu et la conserver ou la supprimer, etc... En bref, vous devez chiffrer vos objectifs de manière cohérente.

3. Racontez l'histoire de votre évènement :

Il est important de vous définir VOUS. Qui êtes-vous ? Quelle est l'histoire de votre évènement ?

Demandez-vous qui est votre public cible où il est sur les médias sociaux pour choisir vos plateformes.

4. Engagez vos « fans » avec du contenu adapté :

Vous devez vous poser plusieurs questions : quel contenu possédez-vous déjà (ex : Photos, vidéos, archives,...), que publient vos concurrents ? quels autres contenus pourriez-vous créer ?

Exemple de contenu : articles informatifs ou comparatifs, vidéos, infographie, pdf, photos, tests, questions, ...

5. Établissez votre calendrier médias sociaux :

Réaliser votre calendrier médias consiste à planifier vos publications jusqu'à l'après évènement, savoir qui de votre organisation les publiera, mais aussi savoir lesquelles seront programmées à l'avance et lesquelles seront publiées en direct.

Dédiez une personne à la tâche car la gestion des réseaux sociaux demande beaucoup de temps, et de passion !

6. Ne parlez pas, mais faites parler de votre évènement !

Imaginez une stratégie de contenu où vous interviewez des triathlètes pour partager leur émotion de la précédente édition.

Le « fan » ambassadeur aura toujours plus de répercussion sur ses amis que vous avec vos publicités. N'hésitez donc pas à questionner et jouer avec vos abonnés. Donnez leur l'impression que c'est leur évènement.

7. Les médias sociaux ne dorment jamais : l'événement est finie, la tension est tombée, mais sachez que votre audience va retourner sur vos comptes pour voir les albums photos de l'évènement, écouter les entrevues, revoir les temps forts, etc...

Il faut donc alimenter et profiter de ce pic pour engager d'avantage la communauté. L'idéal est d'arriver à faire durer ce moment magique le plus longtemps possible.



Idée +

Voici quelques bonnes idées

- Créer un hashtag propre à l'évènement
- Intéragir avec des pages similaires (votre évènement est dans le triathlon, discutez avec les membres des autres pages pour attirer la curiosité vers la votre)
- Créer un concours avant votre évènement (À utiliser avec modération)
- Proposez un onglet de webdiffusion sur sa page Facebook
- Proposer un partage des tweets et statuts sur grand écran durant votre évènement.



✓ Les calendriers

Le calendrier de la FFTRI, un moyen incontournable de faire connaître votre événement à l'ensemble des triathlètes au niveau national.

Pour figurer dans le calendrier national, il est impératif de communiquer la date de votre épreuve au secrétariat de la Ligue (Cf. Administratif).



Les sites spécialisés de calendriers sportifs peuvent également être un support de communication supplémentaires pour vos épreuves : vous faire référencer peut permettre à un public plus large de découvrir vos épreuves !





ANNEXES

LIGUE NOUVELLE-AQUITAINE DE TRIATHLON

DISTANCES JEUNES					
		JEUNES 6-9	JEUNES 8-11	JEUNES 10-13	JEUNES 12-19
TRIATHLON & CROSS TRIATHLON	Natation	50 m	100 m	200 m	300 m
	Cyclisme	1 000 m	2 000 m	4 000 m	6 000 m
	Course à pied	500 m	1 000 m	1 500 m	2 000 m
DUATHLON & CROSS DUATHLON	Course à pied	250 m	500 m	750 m	1 000 m
	Cyclisme	1 000 m	2 000 m	5 000 m	6 000 m
	Course à pied	250 m	500 m	750 m	1 000 m
AQUATHLON	Natation	50 m	100 m	200 m	300 m
	Course à pied	500 m	1 000 m	1 500 m	2 000 m
BIKE & RUN	Durée *	< 12'	de 12' à 18'	de 18' à 24'	de 24' à 30'
SWIMBIKE	Natation	50 m	100 m	200 m	300 m
	Vélo	1 000 m	2 000 m	5 000 m	6 000 m
TRIATHLON & DUATHLON DES NEIGES	Durée *	< 12'	de 12' à 18'	de 18' à 24'	de 24' à 30'
RAID	Durée mini (pour le dernier) **	< 2h	de 2h à 3h	de 3h à 4h	de 4h à 5h

DISTANCES OFFICIELLES							
DISTANCE		XS	S	M	L	XL	XXL
TRIATHLON	Natation	400 m	750 m	1,5 km	3 km	4 km	3,8 km
	Cyclisme	10 km	20 km	40 km	80 km	120 km	180 km
	Cours e à pied	2,5 km	5 km	10 km	20 km	30 km	42,195 km
CROSS TRIATHLON	Natation	250 m	500 m	1 km	2 km	3 km	
	Cyclisme	5,5 km	11 km	22 km	44 km	66 km	
	Cours e à pied	2 km	4 km	8 km	16 km	24 km	
DUATHLON	Cours e à pied	2,5 km	5 km	10 km	20 km	20 km	
	Cyclisme	10 km	20 km	40 km	80 km	120 km	
	Cours e à pied	1,25 km	2,5 km	5 km	10 km	20 km	
CROSS DUATHLON	Cours e à pied	2 km	4 km	8 km	16 km	24 km	
	Cyclisme	5,5 km	11 km	22 km	44 km	66 km	
	Cours e à pied	1 km	2 km	4 km	8 km	12 km	
AQUATHLON	Natation	0,5 km	1 km	2 km	3 km	4 km	
	Cours e à pied	2,5 km	5 km	10 km	15 km	20 km	
SWIM-BIKE	Natation	0,5 km	1 km	2 km	3 km	4 km	
	Vélo	10 km	20 km	40 km	80 km	120 km	
BIKE & RUN	Durée mini *	< à 0h45	> à 0h45	> à 1h15	> à 2h		
	Durée maxi *		< à 1h15	< à 2h			
TRIATHLON DES NEIGES	Cours e à pied	2 km	4 km	8 km			
	Cyclisme	3,5 km	7 km	14 km			
	Ski de fond	3 km	6 km	12 km			
DUATHLON DES NEIGES	Cours e à pied	2 km	4 km	8 km			
	Ski de fond	3 km	6 km	12 km			
	Cours e à pied	2 km	4 km	8 km			
RAID	Durée mini **	< 5h	> 5h	> 7h	> 12h	> 24h	> 36h
	Durée maxi **		< 7h	< 12h	< 24h	< 36h	
SWIMRUN	Distance mini		> 5 km	> 12,5 km	> 20 km	> 35 km	> 55 km
	Distance maxi	< 5 km	< 12,5 km	< 20 km	< 35 km	< 55 km	

EXEMPLE DE STRUCTURE D'UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MENTION COMMUNIQUE DE PRESSE : Ajouter la mention « Communiqué de presse » en haut du document ainsi que la date.

LOGO : Ajouter votre logo en haut, le journaliste pourra immédiatement savoir qui est l'émetteur de l'information.

DATE: préciser la date de votre communiqué de presse. Si vous êtes sous embargo, précisez-le.

TITRE : travailler votre titre, c'est lui qui va accrocher l'œil du journaliste et lui donner envie de lire la suite.

CHAPO: Soyez concis dans le chapô. Vous devez présenter en 5 lignes maximum, les 5 W : who, what, when, where, why. Un journaliste qui a peu de temps, ne lira que ce paragraphe.

CORPS DU COMMUNIQUE: Détailler votre information dans le corps du communiqué, de l'information la plus importante à la moins importante.

A PROPOS: Présenter votre structure dans le « A propos » avec un lien vers votre site internet.

CONTACTS PRESSE: Préciser qui sont les Contacts presse (prénom, nom, fonction, téléphone, email) pour que les journalistes accèdent facilement à vos coordonnées pour vous contacter rapidement.



LIGUE RÉGIONALE DE
TRIATHLON
NOUVELLE-AQUITAINE

2 avenue de l'université
33400 TALENCE
Tél. : 05 57 22 42 17
secretariat@triathlonlna.fr
www.triathlonlna.fr

Envie de différence ? Vibrez Triathlon !

