



**JUDO
PRO
LEAGUE**



CAHIER DES CHARGES

2023

SOMMAIRE

1. Introduction
2. La Judo Pro League
3. Production de l'événement
4. Marketing
5. Règlement sportif
6. Annexes

INTRODUCTION

Créée en 2022, la Judo Pro League est la première ligue professionnelle sportive mixte de France. Le présent cahier des charges a pour objet de définir les rôles des parties prenantes : les Franchises, les OTD et France Judo.



1. LA JUDO PRO LEAGUE

LA JUDO PRO LEAGUE

LES ENJEUX

De la 1^{ère} ligue professionnelle mixte en France

S'appuyer sur le format

court, moderne et spectaculaire
du judo par équipes mixtes

Renforcer le lien

entre le public et les
champion(ne)s sur
l'ensemble du territoire



Développer le haut niveau

et faire briller le
judo sur tous les
territoires tout au
long de l'année

Proposer des RDV et un spectacle attractif

pour amplifier la
couverture média et
digitale et construire
un nouveau modèle
économique

LA JUDO PRO LEAGUE

JUDO PRO LEAGUE 2023

Une nouvelle ère pour le Judo français



16

Franchises mixtes
4 en Ile de France
12 en région



51 à 53

Soirées entre août et décembre 2023
4 poules de 4 équipes, quarts de finale et Final Four



300

Combattants français et étrangers



10

Catégories de poids
5 hommes (-65kg, -75kg, -85kg, -95kg, +95kg)
5 femmes (-52kg, -57kg, -63kg, -70kg, +70kg)

LA JUDO PRO LEAGUE

CALENDRIER

2023 - PHASES DE POULES

1^{er} tour

4 poules de 4, soit 6 rencontres par équipes ; en match aller/retour. Chaque franchise accueille 3 soirées lors de cette phase de poules.

La franchise accueillante choisit la date entre le mardi et le mercredi (dans la limite de 4 événements par soirée)

1^{ÈRE} JOURNÉE**Mardi 29 et mercredi 30 août**

1 vs 2 et 3 vs 4 des poules A, B, C et D

2^{ÈME} JOURNÉE**Mardi 5 et mercredi 6 septembre**

1 vs 3 et 2 vs 4 des poules A, B, C et D

3^{ÈME} JOURNÉE**Mardi 19 et mercredi 20 septembre**

1 vs 4 et 2 vs 3 des poules A, B, C et D

4^{ÈME} JOURNÉE**Mardi 26 et mercredi 27 septembre**

2 vs 1 et 4 vs 3 des poules A, C et D

5^{ÈME} JOURNÉE**Mardi 10 et mercredi 11 octobre**

3 vs 1 et 4 vs 2 des poules A, B, C et D

6^{ÈME} JOURNÉE**Mardi 17 et mercredi 18 octobre**

4 vs 1 et 3 vs 2 des poules A, B, C et D

2^{ème} tour : Quarts de finale = quatre matchs répartis en 2 lieux différents (2 matchs par lieu) à 4 franchises qualifiées.

Le vainqueur de l'une des poules concernées accueille le ¼ de finale.

¼ DE FINALE A**Semaine du X novembre****¼ DE FINALE B****Semaine du X décembre****¼ DE FINALE C****Semaine du X décembre****¼ DE FINALE D****Semaine du X décembre**

Final 4 : deux demi-finales et une finale, à l'Arena du Dojo de Paris.

FINAL FOUR**16 décembre - 20h**

LA JUDO PRO LEAGUE

CALENDRIER

PROPOSITIONS 2023

PHASES DE POULES

JOURNÉES	MARDI	MERCREDI
JOURNÉE 1	29-août	30-août
JOURNÉE 2	05-sept	06-sept
JOURNÉE 3	19-sept	20-sept
JOURNÉE 4	26-sept	27-sept
JOURNÉE 5	10-oct	11-oct
JOURNÉE 6	17-oct	18-oct

1/4 DE FINALE 28/11-29/11-01/12

FINAL FOUR 16 DECEMBRE 2023

2. LA PRODUCTION

DE L'ÉVÉNEMENT

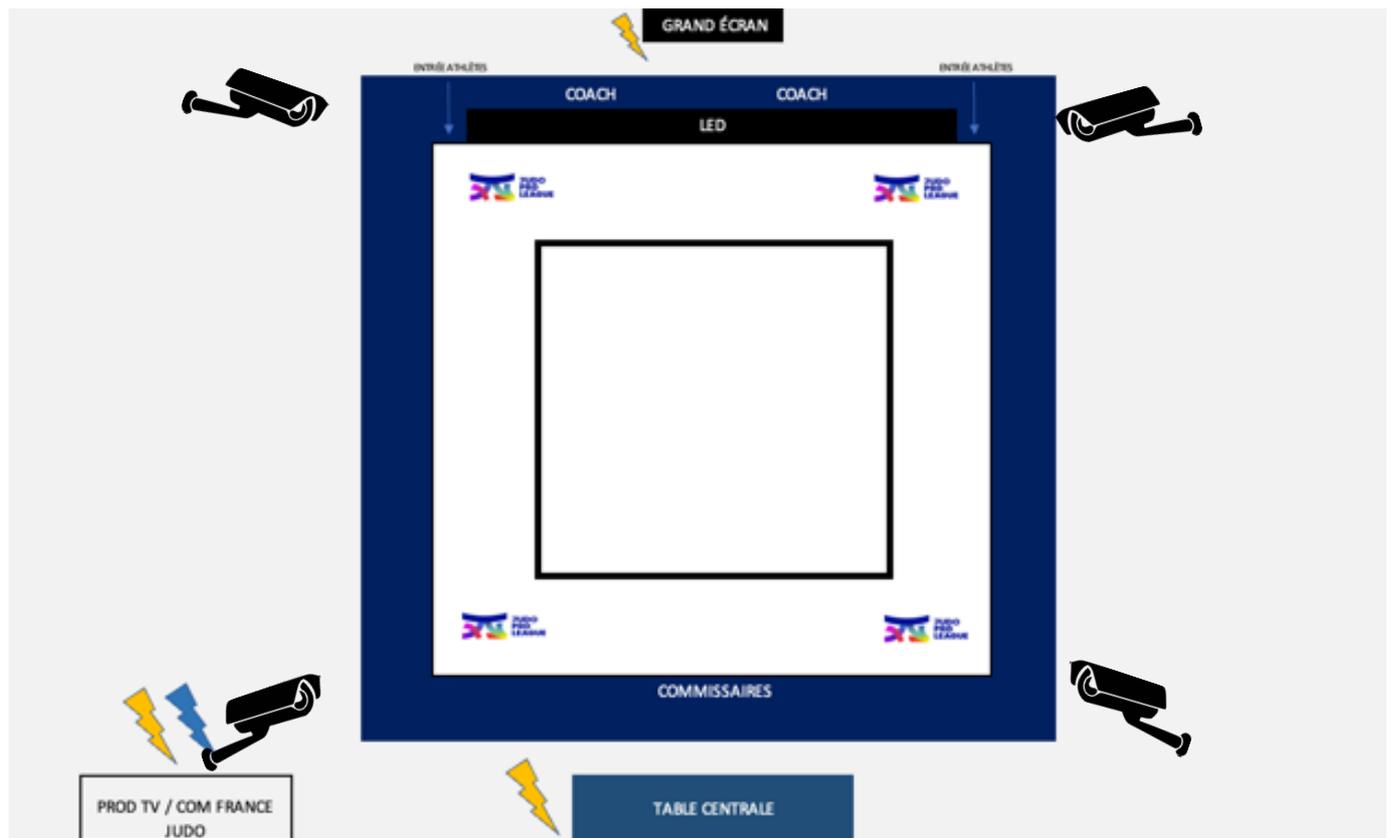
ORGANISATION

Franchise			
Hébergement Transport Restauration		Sécurité Médical Infrastructure	
<ul style="list-style-type: none"> • Réservation des hôtels organisation / athlètes • Réservation traiteur • Mise en place de la logistique (arrivées / départs) 		<ul style="list-style-type: none"> • Définition des besoins en sécurité • Mise en place de l'ensemble des mesures sécuritaires • Réservation de la salle et mise à disposition 	
Dossards judogis		Animations	
OTD			
Textes officiels		Arbitrage	
<ul style="list-style-type: none"> • Suivi et application des textes officiels • Gestion des inscriptions Extranet et Relations clubs 		<ul style="list-style-type: none"> • Installation besoins spécifiques (caméras, ordinateurs...) • Gestion des commissaires, arbitres et superviseurs 	
Diffusions TV		Pesée	
Franchise et OTD			
Aménagement			
<ul style="list-style-type: none"> • Mise des supports partenaires • Mise en place des tatamis plateau et salle d'échauffement • Mise en place de la moquette • Mise en place des éléments de décor • Décorations florales • Signalétique • Mobilier 			
La Fédération			
<ul style="list-style-type: none"> • Coordination fédération / ligue / club • Réalisation du cahier des charges 	<ul style="list-style-type: none"> • Garante du respect du cahier des charges par toutes les parties 	<ul style="list-style-type: none"> • Relations fournisseurs • Préparation du calendrier 	<ul style="list-style-type: none"> • Planning montage / démontage
Plateau technique	Billetterie	Communication	Marketing
<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place des éléments techniques du spectacle (leds, grand écran, sono, lumière, étincelles froides...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de la billetterie en ligne et physique • Suivi des entrées • Gestion des invitations et VIP 	<ul style="list-style-type: none"> • Campagne de communication / publicité (réseaux sociaux, site internet...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Partenariats

LA PRODUCTION

2.1. PLAN TYPE

Plateau



ÉLECTRICITÉ

DIFF TV / COM : 1 TABLEAU DE 16A
TABLE CENTRALE : 1 TABLEAU DE 16 A
ÉCRANS / LEDS : 1 TABLEAU DE 32 A



INTERNET

20 Mo garantis et sécurisés
Connexion filaire

WIFI

20 Mo sécurisés (utilisation sur le plateau)
20 Mo sécurisés (utilisation en coursives)

LA PRODUCTION

2.2. STRUCTURE D'ACCUEIL

Requis

Chaque Franchise, accompagnée des OTD, accueillant une soirée de Judo Pro League, est en charge de la mise en place du plateau de compétition et des espaces annexes, dans le respect du présent cahier des charges. La franchise s'engage à accueillir les soirées événement dans une structure conforme aux requis définis ci-après et à mettre en œuvre les besoins matériels et humains nécessaires au bon déroulement de l'événement.

Le dojo est mis à disposition des équipes d'installation le matin de la soirée de compétition par la franchise accueillante.

La structure d'accueil doit disposer de :

— PLATEAU DE COMPÉTITION

- Surface minimum : 20 x 30 m
- Nombre de places public : supérieur ou égal à 500
- Nombre de places vip : supérieur ou égal à 50
- Moquette sur tout le plateau
- Mobilier : tables et chaises (cf annexe Besoins matériels)
- Électricité (cf annexe Besoins matériels)
- Internet (cf chapitre Diffusion TV)

— SALLE D'ECHAUFFEMENT

La mise en place d'une salle d'échauffement d'une surface minimum de 100 m² est demandée.

— ESPACES ANNEXES

- Vestiaires : 4 vestiaires nécessaires
- Salle de pesée : 2 salles d'une capacité de 10 personnes avec prise électrique
- Espace vip : un espace aménagé pour la réception d'après soirée
- Billetterie : un espace sécurisé dédié à la vente de billets sur place

LA PRODUCTION

2.3. LE KIT CLUB

Composition

Un « kit club » est mis à disposition de chaque Franchise par la Fédération. La Franchise a la responsabilité du stockage et de la mise en place de ce kit. Il est composé de :

- Tapis : 130 tapis blanc permettant une surface de combat de 10 x 10 m et 3 m de sécurité
- Panneaux publicitaires (« toberone ») : en bord de terrain, ils permettent la visibilité des partenaires locaux et fédéraux (cf chapitre Marketing)
- 1 Desk d'accueil Judo Pro League
- Nappes Judo Pro League
- Photo call : il permet la visibilité des partenaires locaux et fédéraux (cf chapitre Marketing)
- Signalétique directionnelle
- Panneaux vestiaires
- Bracelets d'accès
- Trophées
- Boîtes coach

L'ensemble des éléments ci-dessus doivent être placés dans la structure d'accueil selon le plan en annexe.



2.4. OTD

Principes généraux

Les OTD soutiennent la Franchise dans l'organisation de ses événements en mettant à disposition des moyens humains et matériels. Les journées de Judo Pro League font partie intégrante de la saison 2023/2024 du calendrier fédéral.

— MATÉRIEL

- Balances
- Ordinateurs / caméras commissaires et arbitres
- Tapis salle d'échauffement
- Kit de diffusion (cf chapitre Médias)
- Système de communication (oreillettes)

— HUMAIN

- 3 Commissaires
- 1 commissaire dédié à la production TV
- 3 Arbitres
- 1 référent technique : il sera désigné par la Fédération parmi les CT et DTR. Le référent technique sera garant des règles, c'est également lui qui sera en charge du briefing de présentation aux référents de clubs. (à partir des ¼ de finale, c'est un membre de la DTN qui sera désigné)



LA PRODUCTION

2.5. LE KIT TECHNIQUE

La Fédération fournit et met en place les éléments techniques inhérents au spectacle :

- Leds bord de tapis
- Grand écran
- Sonorisation
- Étincelles
- Kakemonos vidéo



LA PRODUCTION

2.6. PLANNING

PHASE DE POULE

Heure		
09:00:00	Arrivée de l'équipe d'organisation	FRANCHISE / OTD
	Mise en place des panneaux de moquette	FRANCHISE / OTD
	Montage des tapis	FRANCHISE / OTD
	Mise en place du mobilier	FRANCHISE / OTD
10:00:00	Montage technique	FÉDÉRATION
	Mise en place du décorum	FRANCHISE / OTD
	Mise en place des salles de pesées	FRANCHISE / OTD
	Mise en place accueil	FRANCHISE / OTD
11:00:00	Arrivée de l'équipe diffusion	
15:30:00	Arrivée des équipes participantes	
16:00:00	Début des pesées	
16:00:00	Briefing organisation	
17:30:00	Présentation des règles aux directeurs techniques et organisation	
18:30:00	Ouverture des portes au public	
19:00:00	Début de l'événement	
21:00:00	Fin prévisionnelle	
	Réception VIP	
	Début du démontage	
00:00:00	Fin du démontage	

LA PRODUCTION

2.7. DÉROULÉ

SOIRÉE ÉVÉNEMENT

		Heure	Durée	
INTRODUCTION		18:30:00	00:30:00	Entrée du public / animation DJ
	1	19:00:00	00:01:30	Discours d'ouverture
	2	19:01:30	00:00:30	Programme de la soirée
RENCONTRE	3	19:02:00	00:01:00	Présentation Rencontre partie 1
	4	19:03:00	00:02:00	Entrée des équipes
	5	19:05:00	00:40:00	RENCONTRE COMBATS 1 À 5
ENTRACTE	6	19:45:00	00:15:00	Animation
RENCONTRE 2	7	20:00:00	00:01:00	Présentation Rencontre partie 2
	8	20:01:00	00:02:00	Entrée des équipes
	9	20:03:00	00:40:00	RENCONTRE COMBATS 6 À 10
PAUSE	10	20:43:00	00:05:00	Animation
CLÔTURE	14	20:48:00	00:03:00	Remises de prix
	15	20:51:00	00:02:00	Discours de clôture
	16	21:00:00		Fin

2.8. COMMUNICATION

La Fédération accompagne les équipes dans le développement de leur communication. Une ressource de la Fédération est dédiée à l'accompagnement des équipes et le déploiement de la stratégie communication de la Judo Pro League dans son ensemble. Les équipes s'engagent à identifier une ressource communication pour les missions suivantes :

- contenus du site internet
- supports de communication
- animation des réseaux sociaux
- relations presse

— SITE INTERNET

Objectifs

= 1 seul espace pour toutes les équipes ce qui a pour avantages :

- harmonie des sites
- facilités d'administration pour les équipes
- 1 seul point d'entrée pour les médias

Moyens

- La Fédération met à disposition des équipes un template pour produire le contenu avec photos, actualités, billetterie...
- Les équipes ont la charge de remplir leurs parties respectives.

2.8. COMMUNICATION

— SUPPORTS DE COMMUNICATION

Pour la saison 2 de la Judo Pro League, la Fédération fournit aux Franchises des supports personnalisables pour leur communication.

- affiche
- bandeaux digitaux
- ...

Les équipes s'engagent à respecter cette charte graphique et feront valider leurs créations avant le début de saison.

— RESEAUX SOCIAUX

La Fédération fournit aux Franchises les services suivants :

- accompagnement et formation des community manager des équipes
- mise à disposition de filtres / visuels pour les campagnes digitales

LA PRODUCTION

2.9. MÉDIAS

— DIFFUSION

Phases de poules :

Multiplex commenté des 4 soirées JPL + live par événement (non commenté)

Dispositif :

Régie complète en studio dans les locaux de France Judo.

RH :

Commentaires : 1 présentateur + 1 consultant

Technique : 1 réalisateur + 1 opérateur ralenti

ou

1 production d'un match en « main event » avec 4 caméras

À partir des quarts de finale :

Production, réalisation et diffusion des images sur place

— PRODUCTION (PHASES DE POULES)

Pour la production TV des soirées qu'elle accueille, chaque franchise devra proposer un dispositif de production, réalisation et diffusion des images grâce aux éléments du kit proposé par France Judo.

3 dispositifs à l'étude :

1. **Dispositif optimal**

Dispositif identique à l'année dernière à l'exception des ralentis pour streaming et grand écran et absence de commentaires.

Technique :

- 3 caméras PTZ + 1 caméra sur pied (cadrage commissaire sportif) - 4800 €
- 2 micros ambiance - 350€
- 1 régie ATEM
 - Blackmagic : 900€
 - 2 écrans - 400€
 - Carte d'acquisition - 250€
 - 1 ordinateur - 500€
- Connection internet filaire RJ45 minimum 10Mb/s (à charge de l'équipe organisatrice)
- 1 switch POE+ - 100€
- Câblage :
 - Câbles BNC SDI : x1m / x5m / x10m / x15m / x20m (à confirmer selon la distance entre les caméras et la régie)
 - Câbles RJ45 catégorie 6 : x5m / x10m / x15m (à confirmer selon la distance entre les caméras et la régie)
 - Câbles HDMI : x30cm / x1m / x2m
 - Câbles XLR : x1m / x5m / x10m

LA PRODUCTION

2.9. MÉDIAS

RH:

- 1 technicien audiovisuel pour installation du dispositif - 400€ / jour
 - Installation du dispositif
 - Réalisation + Gestion streaming live event

2. Dispositif medium

Dispositif allégé avec 2 valeurs de plans dont 1 mobile. Pas de ralenti ni commentaires.

Technique:

- 1 caméras PTZ + 1 caméra sur pied (cadrage commissaire sportif) - 2400 €
- 1 micros ambiance - 170€
- 1 régie ATEM
 - Blackmagic : 400€
 - 2 écrans - 400€
 - Carte d'acquisition - 250€
 - 1 ordinateur - 500€
- Connection internet filaire RJ45 minimum 10Mb/s (à charge de l'équipe organisatrice)
- 1 switch POE+ - 100€
- Câblage :
 - Câbles BNC SDI : x1m / x5m / x10m / x15m/ x20m (à confirmer selon la distance entre les caméras et la régie)
 - Câbles RJ45 catégorie 6 : x5m / x10m / x15m (à confirmer selon la distance entre les caméras et la régie)
 - Câbles HDMI : x30cm / x1m / x2m
 - Câbles XLR : x1m / x5m / x10m

RH:

- 1 technicien audiovisuel pour installation du dispositif - 400€ / jour
 - Installation du dispositif
 - Réalisation + Gestion streaming live event

LA PRODUCTION

2.9. MÉDIAS

3. Dispositif light +

Technique :

- 1 caméra sur pied
- 1 Mac
- Connexion internet filaire RJ45 minimum 10Mb/s (à charge de l'équipe organisatrice)

RH :

1 cadreur - 300€ la journée

— RELATIONS PRESSE

La Fédération met à disposition des Franchises son listing presse et un communiqué de presse adaptable pour chaque événement.

LA PRODUCTION

2.10. BILLETTERIE

— PLATEFORME DIGITALE

La billetterie de chaque soirée de Judo Pro League est gérée par la plateforme de la Fédération.

— VENTE SUR PLACE

La vente de billets sur place est gérée par 2 vacataires mis à disposition par la Franchise organisatrice.

— RECETTES

Les bénéfices de la billetterie des soirées organisées par les Franchises leur sont intégralement reversés.

Les bénéfices de la billetterie des soirées organisées à l'Arena du Dojo de Paris reviennent à la Fédération.

— TARIFS

Les tarifs des phases de poules et des $\frac{1}{4}$ de finales sont fixés par la Franchise accueillante. Ils sont communiqués à la Fédération au minimum 30 jours avant l'événement.

Lors du Final 4, les tarifs sont les suivants :

- 12€ en ligne,
- 15€ sur place
- 10€ tarif club pour les groupes de minimum 10 personnes

2.11. HOSPITALITÉS

— HOSPITALITÉS

Chaque Franchise accueillant une soirée du 1^{er} tour ou des quarts de finale doit organiser à sa charge une réception VIP, dont les détails sont à retrouver dans le document Besoins Matériels et Humains JPL en annexe.

— INVITATIONS

Chaque Franchise accueillant une soirée de compétition doit réserver les places suivantes au partenaire national de la Judo Pro League :

- 20 places en tribunes
- 10 places VIP

Les noms des invités bénéficiaires de ces places sont envoyés par email à chaque franchise par la Judo Pro League au moins 72h avant la rencontre concernée.

— TRANSPORTS

Chaque Franchise prend en charge les frais de déplacement et d'hôtellerie de ses combattants et de son staff.

La Fédération prend en charge les frais de déplacement et d'hôtellerie de son staff.

2.12. ANIMATION

— ANIMATION

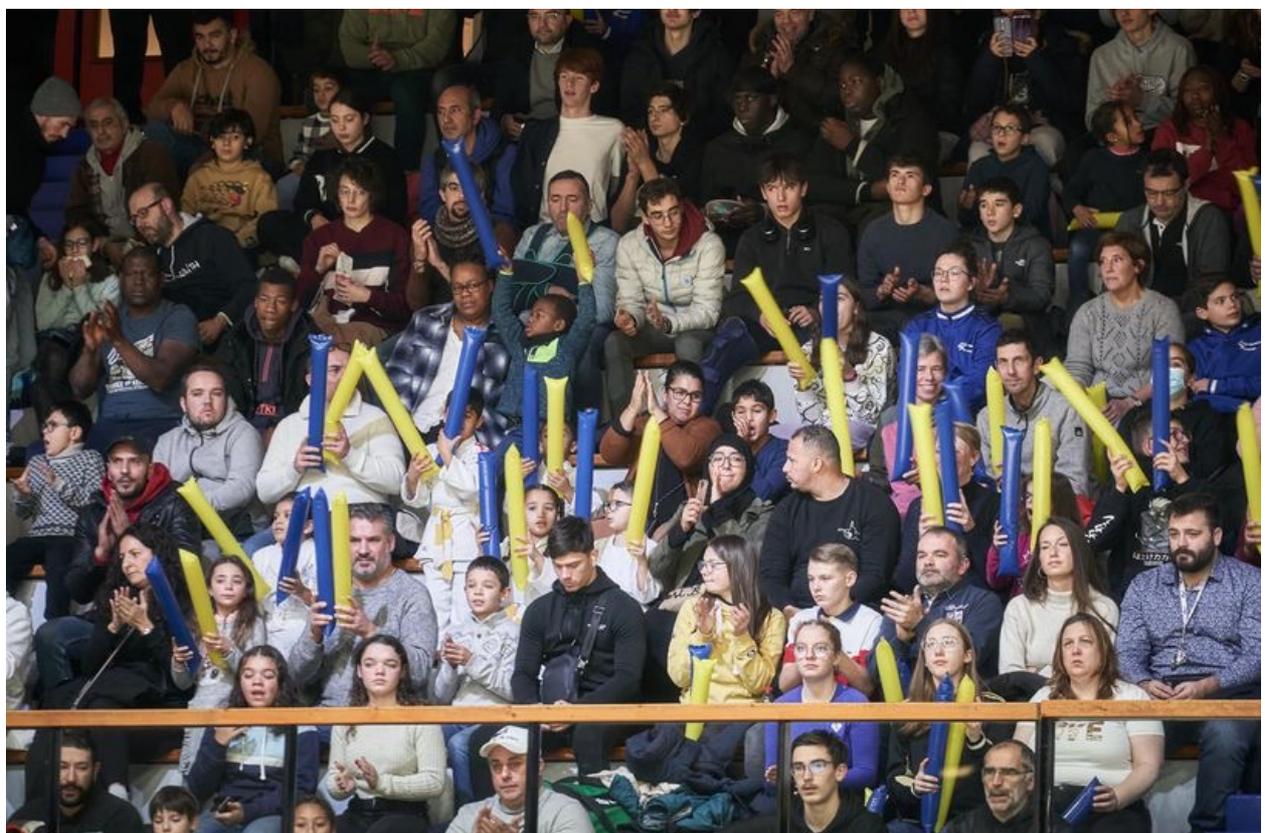
Chaque Franchise accueillant une soirée du 1^{er} tour ou des quarts de finale doit organiser à sa charge deux animations. La première dure 15 minutes, entre la première et la deuxième période de combat. La seconde d'une durée de 5 minutes se tient à la fin de la rencontre, juste avant la remise des prix.

— PROTOCOLE

3 prix sont remis au cours de la soirée : le prix du plus beau ippon, le prix du fair-play et le prix du meilleur judoka.

Les 3 personnalités qui votent pour l'attribution de ces prix sont désignées dès le début de la soirée. Elles doivent rendre leur décision dès la fin du dernier combat.

Les 3 personnalités qui remettent les prix sont désignées dès le début de la soirée parmi les institutionnels et officiels présents.



3. MARKETING

DE LA JUDO PRO LEAGUE



3.1. SPONSORING

La Fédération autorise les Franchises à bénéficier de l'appui de partenaires, qu'ils soient privés ou publics, et à se prêter à une certaine forme de publicité en leur faveur, dès lors que les engagements pris avec ces partenaires ne sont pas contraires aux dispositions de la Judo Pro League précisées ci-après.

En contrepartie, les Franchises de Judo Pro League s'engagent à respecter les engagements de sponsoring pris par la Fédération avec des partenaires au niveau national, tant en termes de visibilité au dojo qu'en termes d'invitations.

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

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

La Fédération recommande aux Franchises de lui soumettre pour avis tout ce qui pourrait poser problème quant à la nature de l'activité du partenaire. La Fédération reste étrangère aux conventions et obligations liant les clubs aux partenaires et ne pourra être prise, en aucun cas, comme arbitre d'un différend. La Fédération reste seule juge pour tous les cas particuliers qui peuvent se présenter .

La Fédération fera réaliser une étude d'impact des clubs et de la JPL afin de mesurer la visibilité et le potentiel du club et de la JPL pour les partenaires potentiels (valorisation de la visibilité, définition des différents espaces de visibilité, notoriété ...)

À la fin de chaque saison, auprès de chaque partenaire des clubs et de la JPL la Fédération réalise une enquête de satisfaction.

Une ressource de la Fédération est dédiée à l'accompagnement des équipes et le déploiement de la stratégie marketing de la Judo Pro League dans son ensemble.

3.2. LOGOS

Dojo

Lorsqu'une Franchise organise une soirée de Judo Pro League en 2023 (phase de poules ou quart de finale), les droits marketing des espaces d'affichage sont divisés à 50% pour les sponsors de la franchise organisatrice et 50% pour ceux de la JPL. Ainsi, sur les supports suivants, la moitié des logos et des messages sont réservés à la franchise organisatrice et l'autre moitié à ceux de la JPL :

- Panneautique LED en bord de tatami
- Panneaux fixes en bord de tatami : 4 grands (2m de large) et 2 petits (1m de large)
- Panneautique multi-partenaires (photo call,...)

Les sponsors nationaux de la Judo Pro League peuvent également être affichés sur le tatami.

Chaque Franchise doit envoyer les logos (format AI ou EPS) des 6 partenaires maximum qu'elle souhaite voir figurer sur ces supports, au plus tard 30 jours avant la première date de compétition qu'elle organise.

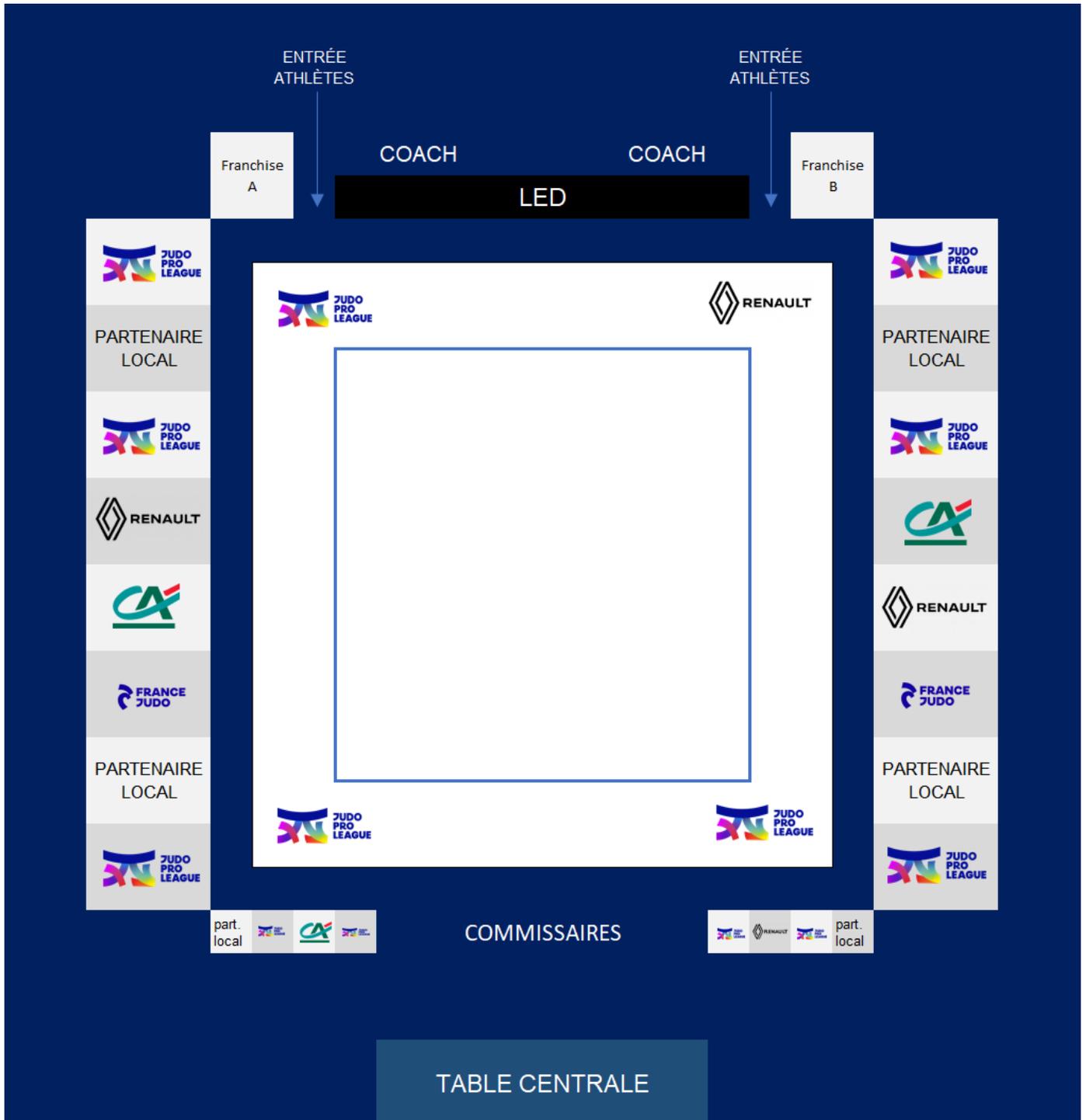
La Fédération se charge de réaliser les animations LED, mais aussi de faire produire l'ensemble des panneaux bord tatami (y compris ceux des partenaires locaux) et de les acheminer jusqu'aux dojos.

Si une Franchise souhaite modifier un ou plusieurs panneaux des partenaires locaux en cours de saison, elle doit prévenir la Fédération qui se charge de produire et d'acheminer le(s) nouveau(x) panneau(x) aux frais de la franchise.

Lors des journées de JPL organisées à l'Arena du Dojo de Paris, l'intégralité des espaces de visibilité sur lesdits supports est réservée aux logos, messages et partenaires de la Judo Pro League.

3.2. LOGOS

Plan



3.2. LOGOS

Judogi

— LOGOS JUDOGIS

Les espaces d'affichage sur les judogis sont partagés comme suit :

- Sur la poitrine à gauche et à droite : un espace 10x5 pour le logo de la franchise et un espace 10x5 pour un logo d'un sponsor de la Franchise
- Sur la manche gauche : un espace 10x10 pour un partenaire de la franchise et un autre espace 10x5 pour le logo de la Judo Pro League
- Sur la manche droite : un espace 10x10 pour un sponsor de la Judo Pro League. En l'absence de sponsor national en début de saison, les franchises seront autorisées à utiliser cet espace pour un de leurs sponsors.

— JUDOGIS

Les judogis d'une même Franchise doivent être similaires. Pas de logo personnel pour les combattants.

Les judogis aux couleurs du club sont autorisés. Ils sont l'objet d'une validation préalable de la Fédération. Dans le cas de judogis de couleur, 2 modèles distincts doivent être proposés, l'un pour les rencontres à domicile, l'autre pour les rencontres à l'extérieur.



— DOSSARDS

La Fédération fournira les dossards à chaque Franchise avec :

- Nom de la Franchise
- Nom et catégorie du judoka
- Logo Judo Pro League
- Sponsor national

Les dossards doivent être cousus par les franchises sur les Judogis et portés lors de chaque rencontre de Judo Pro League.

3.3. MARKETING

— ÉCRAN GÉANT

Chaque Franchise dont le dojo dispose d'un écran géant s'engage à y diffuser les spots vidéos de 20 secondes des partenaires de la Judo Pro League, accompagnés si elles le souhaitent des spots vidéos de ses sponsors locaux. Cette diffusion devra avoir lieu chaque soir avant le premier combat et après le dernier combat.

— STAND COMMERCIAL

Les partenaires de la Judo Pro League pourront installer gratuitement un stand commercial au dojo lors de chaque rencontre de Judo Pro League.

Les Franchises de Judo Pro League peuvent également offrir des emplacements stands à leurs partenaires, ou vendre des emplacements stand à des entreprises, sous réserve qu'elles n'entrent pas en concurrence avec les sponsors de la Judo Pro League.

— MERCHANDISING

Les Franchises n'ont pas le droit de produire des produits dérivés avec le logo de la Judo Pro League (t-shirts, pull, tenues ou accessoires judo, goodies, etc...) pour leurs combattants et leur staff sans l'accord de la Fédération.

La commercialisation desdits produits dérivés avec le logo de la Judo Pro League est réservée uniquement à la Boutique France Judo.

— REVERSEMENT DES DROITS MARKETING

La répartition des sommes allouées par les partenaires trouvés par le chargé commercial de la Judo Pro League seront réparties comme suit :

- > 90% pour la Franchise, 10% pour la Fédération

3.4. IMAGE

— IMAGE DE LA JUDO PRO LEAGUE

Les Franchises sont habilitées à exploiter sur leurs supports de communication, à titre gracieux et dans le monde entier, l'Image de la Judo Pro League, c'est-dire son nom, logo et signes distinctifs qui peuvent faire l'objet d'un dépôt à l'INPI.

Les Franchises sont également habilitées à exploiter sur leurs supports de communication les photos et vidéos des rencontres de Judo Pro League qu'elles disputent, à l'exclusion de toute autre rencontre.

Les Franchises sont aussi habilitées à permettre à leurs partenaires locaux d'utiliser l'Image de la Judo Pro League et les photos et vidéos des rencontres de Judo Pro League qu'elles disputent, mais sur des supports de communication non-commerciaux uniquement, et en indiquant toujours le contexte de la rencontre (nom des deux franchises, date et phase de la compétition).

— IMAGE DES FRANCHISES ET DES JUDOKAS

On entend par « Image d'une franchise » ses noms, emblèmes et/ou signes distinctifs (en ce compris le judogi utilisé en Judo Pro League) qui peuvent faire l'objet d'un dépôt à l'INPI, mais également tout autre élément renvoyant à l'image collective de ses équipes, passées et présentes.

France Judo est habilitée à exploiter, par tout procédé, sur tout support, à titre gracieux et dans le monde entier, l'Image des franchises dans un cadre collectif. On entend par exploitation de l'Image des franchises dans un cadre collectif la reproduction sur un même support, ou dans le cadre d'une même série de supports relative à un même produit ou service, de l'Image d'égale dimension de toutes les franchises participant à la Judo Pro League.

On entend par « Image des judokas » les représentations et/ou reproductions, qu'elles soient fixes et/ou animées, en groupe et/ou en action, d'un ou plusieurs judokas participant à la Judo Pro League vêtus du judogi officiel de leur(s) Franchise(s). France Judo est habilitée à exploiter l'Image des judokas par tout procédé, sur tout support, à titre gracieux et dans le monde entier.

3.4. IMAGE

L'Image des Franchises et l'Image des judokas pourront être utilisées dans le cadre :

- d'opérations de promotion de la Judo Pro League, auxquels les sponsors de la JPL pourront, le cas échéant, être associés ;
- d'opérations commerciales (notamment dans le cadre d'accords de licence ayant pour objet la réalisation de produits ou services commercialisés ...) ;
- d'accords de partenariat, dans le cadre desquels la Fédération concède à un sponsor le droit d'utiliser l'Image des franchises et l'Image des judokas dans un cadre collectif à des fins promotionnelles ou publicitaires, sous réserve que le support mentionne expressément le lien de partenariat entre le sponsor et la Judo Pro League, et que les judokas représentés sur ces supports soient au nombre minimum de 4, représentant des franchises différentes participant à la Judo Pro League.

Les franchises s'engagent à obtenir l'accord écrit de leurs judokas à se soumettre aux séances photos et/ou vidéos organisées par la Fédération et garantissent que, dans ce cadre, lesdits judokas ont cédé les droits d'exploitation sur leur image à leur franchise respective, et que cette dernière est expressément autorisée, au titre de cette exploitation, à concéder à la Fédération et à ses partenaires un droit d'exploitation sur l'image des athlètes dans le cadre de la Judo Pro League, ce droit d'exploitation comprenant une fixation et une utilisation de leur image, nom et voix dans le cadre de la promotion de la Judo Pro League et des partenariats entre la Fédération et ses partenaires sur tout support et par tout moyen. Les Franchises s'engagent également à assumer l'entière responsabilité de toute réclamation, revendication et/ou recours à l'encontre de Fédération ou de ses partenaires et émanant des judokas susvisés ou de tout tiers, en relation avec l'utilisation et/ou l'exploitation de l'Image des judokas, et prendra à sa charge tous frais, débours, et/ou dommages et intérêts qui pourraient en résulter, notamment du fait d'une décision de justice, y compris non définitive.

3.5. PROJET CLUB

Pour le support de présentation les Franchises de la JPL doivent fournir les éléments ci-dessous :

- Organigramme,
- Histoire,
- Effectif,
- Ancrage local (villes ou territoire d'appartenance)
- Palmarès,
- Budget,
- RH,
- Identité visuelle et musicale ...

Ainsi qu'une présentation spécifique de l'équipe JPL (photos avec support brandé, palmarès ...) :

- Entraîneurs,
- Préparateurs physiques
- Staff
- Athlètes, ...

De plus dans le document support, l'offre partenaire pour la journée JPL (hospitalités, animations spécifiques partenaires lors des matchs ou en dehors, ...) doit être formalisée.

Lors de chaque journée, les Franchises doivent organiser des relations avec les médias locaux, du type point presse avant le match ou communiqué de presse. Pour faciliter les relations presse, la Fédération met à disposition un annuaire PQR. Un article en amont et en aval des journées de JPL doit également être rédigé ainsi que des productions vidéo réalisées à chaque rencontre pour ensuite être diffusées sur le site du club (Inside, interview, meilleurs ippons, ...) et transmises sous 48h à la Fédération.

3.5. PROJET CLUB

— ANCRAGE TERRITORIAL

Chaque Franchise de la JPL doit animer une fois par an :

- une opération grand public sur son territoire pour promouvoir l'équipe JPL auprès de la communauté judo du territoire (entraînement de masse, participation à des évènements départementaux ou régionaux) ;
- une opération (petit déjeuner, soirée partenaires, évènement à la CCI ...) avec les acteurs économiques du territoire (CCI, MEDEF, BPI, ...) pour présenter l'équipe JPL aux entreprises locales devra être organisée ;
- enfin pour s'impliquer dans une démarche RSE, valoriser son image et créer une identité solidaire, les Franchises de la JPL doivent mettre en place, chaque année, une opération sociale et solidaire auprès de publics éloignés de la pratique sportive (hôpital, QPV, ...)



4. RÈGLEMENTATION

SPORTIVE

RÈGLEMENTATION

4.1. RÈGLEMENT

- Catégories pour un match (Franchise A vs Franchise B), 10 judokas par équipe :
 - Femmes : -52kg, -57kg, -63kg, -70kg, +70kg
 - Hommes : -65kg, -75kg, -85kg, -95kg, +95kg

2kg de tolérance sont acceptés par catégorie .

20 combattants maximum inscrits par franchise pour une soirée de compétition, dont 4 contrats pro au minimum.

50% d'étrangers au maximum sur une feuille de match.

Un ou deux entraîneurs inscrits en début de saison, chacun devant être titulaire d'un diplôme d'État (ou en formation) : BEES 1 judo, BEES 2 judo, BPJEPS 3, judo DESJEPS judo, DEJEPS judo, en revanche le CQP judo ne sera pas autorisé.

Pesée 3h avant le début du premier match de la soirée (durée : 30 minutes).

Temps de combat : 5 minutes sans Maté.

Possibilité d'un temps-mort de 30 secondes à mi-combat.

Hiki Wake possible (égalité possible entre 2 combattants, pas de Golden Score).

Le vainqueur du match est celui qui aura le plus de victoires après 10 combats.

Lors de la phase de poules, un match nul entre les deux franchises est possible. À partir des quarts de finale, en cas d'égalité, une catégorie de poids est tirée au sort pour un combat de barrage.

Le combat se termine à la fin du temps réglementaire, à 2 ippon ou à 4 waza ari.

Méthode de classement des poules

Le classement des poules est déterminé en fonction des critères suivants :

- 1) Nombre de matchs gagnés : +3pts par match gagné, 1 pt par match nul, 0 pt défaite
- 2) Bonus ippon : +1pt supplémentaire pour 6 ippon (hors hansoku make)
- 3) Nombre de combats gagnés
- 4) Nombre de Ippons
- 5) Nombre de Waza-ari
- 6) Nombre de Hansoku-make
- 7) Nombre de Shido

— PHASE DE POULES

4 poules de 4 franchises au premier tour : chaque équipe se rencontre à 3 matchs aller-retour en tout, les 2 franchises les mieux classées se qualifient au tour suivant.

Deux conférences sont établies :

- Conférence est
- Conférence ouest
- Les têtes de série sont déterminées avec les résultats de l'année n-1 (4 têtes de série).

RÈGLEMENTATION

4.2. ARBITRAGE

La Fédération s'appuie sur la Ligue pour trouver les ressources humaines nécessaires à l'arbitrage des rencontres de Judo Pro League : 4 commissaires sportifs dont 1 dédié à la diffusion, 3 arbitres et 1 superviseur.

Les arbitres d'une franchise A ne peuvent pas l'arbitrer.

La Fédération prend en charge les frais de transports et d'hôtellerie liés à cette activité.

L'organisation des pesées et la gestion des rencontres s'appuie sur le recrutement local de ressources humaines avec compétences nationales validées par la Fédération (CNA).

L'équipe de commissaires sportifs est en charge des pesées en amont de la rencontre et de la gestion du score.

L'équipe d'arbitres a la charge de la gestion des rencontres.



R È G L E M E N T A T I O N

4.3. MÉDICAL

La présence minimale d'une antenne de secouristes (4 personnes) et d'un médecin est préconisée pour assurer une présence médicale lors des rencontres.

Le recrutement de ce dispositif peut s'appuyer sur l'équipe locale sollicitée régulièrement par les actions de la ligue ou du comité.

ANNEXES

Annexes

ANNEXE 1

Prize money et fees

PRIZE MONEY

Un prize money d'une valeur de **XXXXX** € est mis à disposition pour le vainqueur de la Judo Pro League. Toute équipe ne respectant pas le cahier des charges ne peut bénéficier du prize money. Pour que le prize money soit versé, les fees doivent être réglées au plus tard le 16 décembre.

FEES

Les fees exigées sont de 20 000 € pour les 12 franchises ayant participé à la première édition de la Judo Pro League. Le montant pour les Franchises entrant en 2023 sont de 25 000 €.

Un bilan d'organisation est établi à la fin de chaque soirée événement avec des recommandations d'amélioration le cas échéant. Ces recommandations sont à mettre en place dès la soirée suivante.

ANNEXE 2

a. Besoins matériels – plateau de compétition

PLATEAU DE COMPÉTITION						
NOMBRE DE TAPIS			1	À LA CHARGE DE		
Surface de combat	TAPIS	1 SURFACE 10 X 10 M, 3 M DE SÉCURITÉ			FRANCHISE / OTD	
Mobilier	CNA	Tables CS et arbitres		4	FRANCHISE / OTD	
		Tables superviseurs		4	FRANCHISE / OTD	
		Chaises		16	FRANCHISE / OTD	
		Chaises cadres		1	FRANCHISE / OTD	
	Médical	Tables		1	FRANCHISE / OTD	
		Chaises		3	FRANCHISE / OTD	
	Table centrale	Tables		6	FRANCHISE / OTD	
		Chaises		12	FRANCHISE / OTD	
	COM / STREAMING	Tables diffusion		4	FRANCHISE / OTD	
		Tables communication		2	FRANCHISE / OTD	
		Salle de presse			FRANCHISE / OTD	
		Chaises		12	FRANCHISE / OTD	
Sous-total tables			21	FRANCHISE / OTD		
Décorum	Moquette			150 m2	FRANCHISE / OTD	
	Toblerones	France Judo	grand	2	FRANCHISE / OTD	
			petit	1	FRANCHISE / OTD	
		Crédit Agricole	grand	2	FRANCHISE / OTD	
			petit	1	FRANCHISE / OTD	
		Judo Pro League	grand	8	FRANCHISE / OTD	
			petit	4	FRANCHISE / OTD	
		CLUB 1	grand	1	FRANCHISE / OTD	
			grand	1	FRANCHISE / OTD	
		CLUB 3	grand	1	FRANCHISE / OTD	
			grand	1	FRANCHISE / OTD	
		PARTENAIRE VILLE 1	grand	1	FRANCHISE / OTD	
			petit	1	FRANCHISE / OTD	
	PARTENAIRE VILLE 2	grand	1	FRANCHISE / OTD		
		petit	1	FRANCHISE / OTD		
	PARTENAIRE VILLE 3	grand	1	FRANCHISE / OTD		
		petit	0	FRANCHISE / OTD		
	PARTENAIRE VILLE 4	grand	1	FRANCHISE / OTD		
		petit	0	FRANCHISE / OTD		
	Boîtes coach	Judo Pro League		2	FRANCHISE / OTD	
Table centrale	Plantes et fleurs		OUI	FRANCHISE / OTD		
	Estrade table centrale		OUI	FRANCHISE / OTD		
Tribunes	Têtières			FRANCHISE / OTD		
	Sonorisation		OUI	FÉDÉRATION		
Audiovisuel	Micros		OUI	FÉDÉRATION		
	GOBO France Judo		OUI	FÉDÉRATION		
	LED		10m x 1m	FÉDÉRATION		
MATÉRIEL TECHNIQUE	Table centrale	Serveur		1	FRANCHISE / OTD	
		Imprimante		1	FRANCHISE / OTD	
		Photocopieur		1	FRANCHISE / OTD	
		Chevalets		1	FRANCHISE / OTD	
	Streaming	Talkie-walkies		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Fibre		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Tableau électrique		OUI	FRANCHISE / OTD	
	ARBITRAGE	Caméras care system		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Ordinateur care system		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Écrans de score		OUI	FÉDÉRATION	
		Oreillettes		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Ordinateur commissaire		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Switch		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Câbles HDMI		OUI	FRANCHISE / OTD	
		Splitter HDMI		OUI	FRANCHISE / OTD	
	Circulation et sécurité	Câbles réseaux		OUI	FRANCHISE / OTD	
Passages de câbles		OUI	FRANCHISE / OTD			
Potelets		OUI	FRANCHISE / OTD			
Médical	Arche entrée athlètes			FRANCHISE / OTD		
	Société de secourisme		OUI	FRANCHISE / OTD		
	Médecin		OUI	FRANCHISES		
	Staff médical clubs		-	FRANCHISES		

ANNEXE 2

b. Besoins matériels – espaces annexes

ESPACES ANNEXES				
				À LA CHARGE DE
Hall d'accueil	Mobilier	Tables stands		FRANCHISE / OTD
		Tables accréditations	2	FRANCHISE / OTD
		Desk d'accueil	1	FRANCHISE / OTD
		Chaises hall d'accueil		FRANCHISE / OTD
		Nappes hall d'accueil		FRANCHISE / OTD
	Décorum	Fonds de stands		FRANCHISE / OTD
		Photo call	OUI	FRANCHISE / OTD
		Lumière photo call	OUI	FRANCHISE / OTD
		Plantes et fleurs	OUI	FRANCHISE / OTD
		Lumière ambiance hall d'accueil	NON	FRANCHISE / OTD
		DESK Judo Pro League	OUI	FRANCHISE / OTD
Kakemonos vidéo		?	FÉDÉRATION	
Signalétique et circulation	Affichage	Panneaux indicatifs	OUI	FRANCHISE / OTD
		Flèches	OUI	FRANCHISE / OTD
	Accès	Bracelets coachs		FRANCHISE / OTD
		Bracelets VIP		FRANCHISE / OTD
Sportif	Vestiaires	personnalisation vestiaires	OUI	FRANCHISE / OTD
		cadeau club	-	FRANCHISE / OTD
	Média	fond de zone mixte	OUI	FRANCHISE / OTD
	Pesée	Balances	2	FRANCHISE / OTD
		Tables	2	FRANCHISE / OTD
	Salle d'échauffement	Tapis	1	FRANCHISE / OTD
		Ordinateurs	1	FRANCHISE / OTD
		Tables	2	FRANCHISE / OTD
		Tapis bleu	1	FRANCHISE / OTD
Tapis blanc		1	FRANCHISE / OTD	