



Guide des Services aux Media pour
FIS Championnats du Monde de Ski
FIS Coupe du Monde

EDITION 2012

Sommaire

I Introduction

- | | |
|------------------------------|--------|
| 1. Préface | page 3 |
| 2. Comment utiliser ce guide | page 4 |
| 3. Aperçu: En un clin d'oeil | page 6 |

II Services aux Media

- | | |
|---------------------------------------|---------|
| 1. Organisation media | page 10 |
| 2. Aménagements media | page 12 |
| a. Main Media Center | page 12 |
| b. Zone Mixte | page 16 |
| 3. Services aux Media | page 21 |
| 4. Service Photo | page 23 |
| 5. Service et infrastructure Radio/TV | page 25 |
| 6. Logistique media | page 27 |
| 6.1 Accréditation | page 27 |
| 6.2 Hébergement | page 29 |
| 6.3 Transport/Parking | page 30 |
| 6.4 Catering | page 32 |
| 6.5 Technologie | page 32 |
| 7. Communication | page 34 |
| 7.1 Site internet | page 34 |
| 7.2 Relations Presse | page 35 |
| 7.3 Media Sociaux | page 37 |

III Annexe

- | | |
|--|---------|
| 1. Job descriptions | page 39 |
| 1.1 Chef media | page 39 |
| 1.2 Manager photographes | page 41 |
| 1.3 Coordinateur TV/Radio | page 42 |
| 1.4 Coordinateur Zone Mixte | page 43 |
| 1.5 Coordinateur salle de presse | page 44 |
| 1.6 Volontaires clés | page 45 |
| 2. Technologie: Accès internet | page 46 |
| 3. Règlement pour photographes sur piste | page 47 |
| 3. Suggestions contenu site web | page 48 |
| 4. Check-list | page 49 |

I Introduction

1. Préface

La plupart des gens qui vivent un événement FIS le font par le biais des media (TV, radio, journaux, internet). La contribution des media pour la promotion de notre sport est primordial. Les événements majeurs comme les FIS Championnats du Monde ainsi que les FIS Coupes du Monde sont primordiaux. Les Championnats du Monde FIS et les Coupes du Monde FIS représentent chaque année l'apogée, secondés par des milliers d'événements FIS d'une envergure plus réduite. L'excellente mise à disposition des services aux media et des conditions de travail qui encouragent la couverture active de nos événements devraient donc être prioritaires pour les Comités d'Organisation Locaux (LOC).

Les athlètes sont les vedettes d'une compétition; ils sont également la raison principale de la présence des media sur le site. De nos jours, les top athlètes sont des professionnels qui apprécient la valeur des media afin de les promouvoir eux-mêmes ainsi que leur sport. Le défi majeur d'un LOC est donc d'arriver de rendre plus facile cette coopération entre athlètes et media.

Les cibles du service aux media d'un LOC sont:

- Journalistes de presse écrite qui travaillent pour des agences de presse, journaux, sites internet ou autres media.
- Photographes qui travaillent pour une agence photo, journaux, sites internet ou autres
- Reporters/commentateurs qui travaillent pour les radiodiffuseurs détenteurs des droits
- Reporters/commentateurs des radiodiffuseurs non-détenteurs des droits
- Caméramen/techniciens travaillant pour n'importe quelle station radio/TV

Ce guide:

- » est un outil pour les organisateurs des événements FIS pour la gestion des media
- » fournit les standards minimum afin d'assurer la qualité supérieure et consistance
- » peut-être utilisé à toutes les étapes d'organisation d'un événement
- » Propose des actions dans tous les domaines de la préparation et des opérations

Pour qui est ce guide?

Ce guide a été écrit pour les Responsables Media des Championnats du Monde FIS et Coupes du Monde FIS de toutes les disciplines FIS.

Veillez noter: De petits événements avec moins de représentants media sur place ne sont pas obligés d'appliquer tous les détails de ce guide. Dans le cas des événements de taille moyenne (15-30 media sur place), de différents rôles peuvent être assurés par une seule personne et l'objectif est d'adapter les opérations aux besoins.

Pour toute question et suggestion veuillez contacter:

Riikka Rakic, FIS Communication Manager, communications@fisski.com

2. Comment utiliser ce guide

Ce kit se compose d'un set d'objectifs organisés dans sept chapitres et d'une check-list en appendice (voir sommaire) . Le guide principal est censé être utilisé dans la phase initiale et la check-list dans la phase opérationnelle. Chaque chapitre contient une description, des objectifs généraux, informations pratiques et des standards à appliquer. Les chapitres sont:

Dans ce guide quatre niveaux différents d'événements sont distingués:

Niveau 1: petits événements avec peu de media sur place

Niveau 2: événement moyen avec 15 –30 représentants media sur place

Niveau 3: grands événements

Niveau 4: Championnats du Monde

Symbole pour une meilleure réalisation



Symbole pour des documents utiles



Symbole pour des suggestions



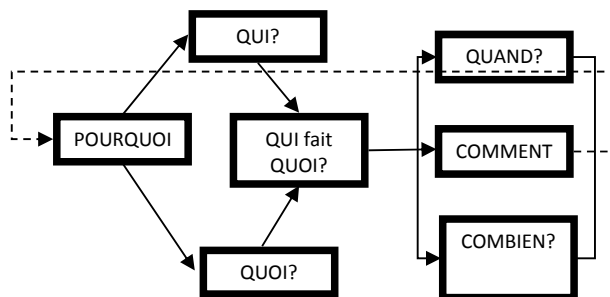
Symbole pour l'écologie



Il y a plusieurs guides FIS pour la production TV, cependant les aménagements et services généraux pour toutes les catégories media sont arrangés dans ce guide. L'approche principale appliquée dans ce guide suit le modèle classique du management de la gestion de projet.

1. **Pourquoi** y a t-il un besoin de services aux media?
2. **Qu'est-ce** qu'il faut faire et **qui** a la responsabilité de faire?
3. **Quand** est-ce qu'il faut le faire?
4. **Comment** doit-on le faire?
5. **Combien** cela va t'il coûter?

Ce guide se focalise sur la réponse aux questions POURQUOI, QUOI et, dans une certaine proportion, QUAND et COMMENT (check-list). Tous les frais des services aux media sont assumés par le LOC sauf si indiqué autrement.



Liste des abréviations	
LOC/OC	Comité d'Organisation Local
WSC	World Championships = Championnats du Monde
WC	World Cup = Coupe du Monde
MMC	Main Media Center = Centre Media Principal
DT	FIS délégué technique
FNS	Fédération Nationale de Ski
Détenteur des droits	Société qui detient des droits de television d'un événement
RH	Radiodiffuseur-Hôte qui produit le signal TV (international feed)
CIS	Computer Information System = écrans d'information
ENG	Electronic News Gathering – camera professionnelle en dehors du studio. Caméra de poing.

Pour l'essentiel de l'information ce guide dispose d'un résumé sur les pages suivantes afin de donner un aperçu de tous les sujets et tâches les plus importantes.

3. En un clin d'oeil...

1. Organisation media : Plus de détails sur page 10

Les indispensables	To Do
Chef media avec experience dans le domaine	Nommer une personne qui fait partie de la direction LOC
Equipe clé: Photo manager, Coordinateur TV/ Radio, Coordinateur Zone Mixte	Designer équipe clé pour les domaines media
Plan de travail	Déterminer planning, budget, impératifs, services
Autres postes clés et volontaires	Assigner coordinateurs pour les domaines d'accréditation, transport, hébergement etc.
Coopération avec FNS /Détenteurs droits/FIS	Etablir réunions et informer régulièrement

2. Aménagements media

a) MMC : pages 12 - 15

Les indispensables	To Do
Manager Centre Media	Assurer bon endroit
Poste de travail pour 75 % accredités media	Fournir support technique
Solution WiFi avec capacité de base gratuite	Proposer information actuelle sur newsboard
Aire de travail réservée pour les photographes équipes ENG (Niveau 3/4)	Fournir nombre suffisants des poubelles et assure service nettoyage dans la journée (Niveau 4)
Centre Media Annexe si MMC situé à plus de 10 minutes de l'Aire d'arrivée)	Actualiser bannettes (pigeon holes) avec actualités

Endroits clés du MMC	Les impératifs équipement
Accueil	Ecrans TV
Espace de reprographie (Copy Center)	Ordinateur avec internet/imprimante
Espace / salle conférence de presse	Bannettes à documents (Pigeon Holes)
Zone d'interview avec backdrop/éclairage	Système audio
Ski room / casiers	Photocopieur à haut débit

Nice to have...	...and nice to do!
Media Lounge	Coopérer avec sponsors /sociétés de la région
Entrepot pour cadeaux media (surtout Niveau 4) directement à coté du Centre d'Accréd.	Assurer entrepot verrouillable à clé avec un nombre limité de personnes avec access
Salle de repos pour équipe media/ volontaires Agents de sécurité (Niveau 4)	Coopérer avec aménagements temporaires et Logistique pour fourniture/casiers etc
Bureau FIS dans le MMC	Envisager besoin du departement media FIS
Entrepot pour stock des articles sponsors, le stock du media lounge et du centre de repogr.	Evaluer besoin de place de stockage pour les différents zones du MMC

b) Zone Mixte : pages 16 -18

Les indispensables	To Do
Coordinateur Zone Mixte (connu par les athlètes/team/TV)	D'abord faire le plan de la Zone Mixte, ensuite de l'Aire d'Arrivée
Control d'access performant	Zone Mixte doit etre planifiée de manière à ce que les athlètes doivent passer toute la zone quand ils la quittent
Système d'Accréditation élaboré	Le Coordiantuer Zone Mixte devrait etre responsable de toute l 'Aire d'Arrivée
Contact radio Coordinateur Zione Mixte	Former l'équipe de securité avant l'événement:

Avec RH et FIS	Tout genre d'accréditation et sur-accréditation doit connu.
Nombre suffisant d'écrans CIS (Niveau 3 /4)	Présence du Coordinateur Zone Mixte/Responsable media avant et pendant la course

3. Services aux media : pages 19 - 21

Les indispensables	To Do
Conférence de presse post-événement avec les 3 vainqueurs. Conférence de presse pré-événement avec les trois meilleurs athlètes de la Coupe du Monde (Niveau 3 et 4 seulement)	Organiser conférence de presse AVANT le contrôle anti-dopage afin d'éviter des retards (surtout niveau 4)
Coordinateur Opérations Media (Niveau 3/4)	Arranger des séances avec athlètes
Guide media avec les conditions de travail pour media en supplément du dossier de presse (Niveau 4)	Designier deux membres de l'équipe avec de bonnes compétences linguistiques (p.ex. Russe pour le Ski Nordique) pour le déroulement des conférences de presse (p.ex. sécurité / microphones / boissons pour les athlètes
Communication: documents, reports de course, flash quotes (tres important pour niveau 1et 2)	Preparer salle d'interview avec système audio/éclairage/Backdrop (Niveau 4)
Service Alerte SMS	Former les volontaires

Nice to have...	...and nice to do
Revue de presse quotidienne	Charger des volontaires de la revue de presse
Service journal gratuit	Coopérer avec libraire local
Programme de secours pour le cas de reports/annulations	Coopérer avec NSA pour séance autographe avec athletes et l'office de tourisme pour visites de la region
Cocktail media / Diner de presse	Coopérer avec sponsors
Newsboard avec information dans hotels media	Coopérer avec propriétaires

4. Service photo: pages 21 /22

Les indispensables	To Do
Chef des photographes avec experience en plus du Responsable Media (Niveau 3/4)	Assigner les positions photo en cooperation avec Radiodiffuseur-Hôte
WiFi hotspot dans / à coté du Zone Mixed	Réserver des positions photo pour les grandes agences (Level 4)
Sur-accréditations pour les zones de fonctions (dossards, armbands)	Arranger briefing avec tous les photographes avant l'événement, parler des details comme le déroulement de la cérémonie des fleurs (aussi Niveau 1)
Positions photo/podium dans l 'Aire d'Arrivée	Distribuer les résultats aux positions photo
Parkings réservés au MMC, event arena ET la cérémonie des vainqueurs	Définir l access des photographes à la cérémonie des vainqueurs (dans le cas ou elle ne se déroule pas dans la zone d'arrivée)

Les indispensables équipement	Nice to have équipement
Espaces de travail larges (1,20 recommandé)	Espace séparé au MMC avec des places réservées pour de grandes agences
Forfaits de ski automatiques (au moins pour les listes de priorités A et B)	Boissons chaudes à amener ou servies par des volontaires sur la piste
Runners (volontaires) sur les pistes et dans l'aire d'arrivée	Service Réparation et location Equipements photos
Casiers et Ski room au MMC ET Centre Media Annexe (Niveau 4) ou solution sécurisée pour poser les équipements (Niveau 1-3)	Ski rack devant le MMC et le Centre Media annexe
Internet haut débit sur demande	Système chauffage et séchage chaussures

5. Service et infrastructure TV/Radio : page 23/24

Les indispensables	To Do
Coordinateur TV/Radio	Délivrer stickers caméra
Sur-accréditations pour les différentes zones de fonction (dossards, brassards)	Information des commentateurs: assigner runners pour listes de départ start et résultats et décisions de jury
Cabines commentateurs meublées et chauffées	Vérifier niveau de son dans l'aire d'Arrivée
Tours TV /plateformes câblées	Securiser solutions électricité
TV compound/IBC/Régie (Niveau 3 et 4)	Tester éclairage

6. Logistique media

6.1 Accréditation: page 25 - 27

Les indispensables	To Do
Superviseur Accréditation Media	Confirmer demandes d' accréditation
Formulaire Accréditation en ligne	Revoir liste des détenteurs d'Accreditation FIS saison
Utilisation des formulaires standard établis par FIS et inclus au chaque accord d'événement	Considérer localisation pour Centre d'Accréditation Media ou guichet d'Accréditation media
Contrôle d'accès	Preparer procédure en cas de perte/vol
Parkings réservés exclusivement aux media qui viennent chercher leurs accréditations	Préparer sur-accréditations comme dossards et cartes

6.2 Hébergement: page 27

Les indispensables	To Do
Responsable hébergement media	Préparer liste des prioritaires
Disponibilité d'hébergement à prix modéré	Etablir un niveau de prix raisonnable
Connection internet dans les hotels media	Désigner une deadline judicieuse
Transport public ou navette des /aux hotels media	Mettre à disposition hotels pour TV
Liste des hotels media en ligne/dans guide media	Contact pour demandes de dernière minute

6.3 Transport/Parking: page 28

Les indispensables	To Do
Parking pour RH / photographes à l'aire d'arrivée	Utilisation flexible de la flotte des voitures et flexibilité avec horaires de service
Navette entre MMC et Aire d'arrivée	Cooperer avec taxi et transport public
Transport des athletes à la conférence de presse	Considérer besoin transport aéroport
Procédure réglant distribution des parkings	Déclarer à l'heure le besoin media
Signalétique	Signalétique claire et visible

6.4 Catering: page 30

Les indispensables	To Do
Disponibilité de repas à prix raisonnable	Adapter horaires d'ouverture aux besoins
Eau et boissons chaudes/froides gratuits	Cooperer avec sponsors/sociétés locales
Snacks et boissons chaudes et froides dans Centre Media annexe pour le cas de délai	Varié choix des menus (niveau 4): pas le meme sandwich pendant 14 jours
Restaurant media séparé dans/à coté du MMC	Respecter régléments des services d'hygiène
Livraison du stock à toute heure si besoin	Considérer besoin des repas équipe media

6.5 Technologie Media: voir page 30/31 et annexe 2, page 44

Les indispensables	To Do
Coordinateur IT media	Etablir alimentation électricité fiable
WiFi de base ou autre possibilité internet dans tous les aménagements media	Considérer solution de secours pour défaillance de courant
Lignes d'internet de haut débit sur demande	Considérer besoin terminaux internet public
Support technique (surtout après la course)	Assurer couverture réseau telephones mobiles
Sonorisation de qualité pour conf. de presse	Politique des prix raisonnable

7. Communication

7.1 Site internet de l'événement: page 32

Les indispensables	To Do
Mettre à disposition une "section media" sur site Internet de l'événement	Mettre en place service excellent pour media non présents sur place (surtout niveau 1/2: la communication est plus importante que les opérations media pour les petits événements!)
Coordinateur web	Inviter les media, les souhaiter la bienvenue
Informations de base / actualités / faits	Créer "pool de photographes" interne
Version anglaise et version de langue locale	Assurer service de traduction pour le site
Information importante pour media	Publier report post-event avec faits / chiffres

7.2 Relations Presse: pages 33/34

Les indispensables	To do
Plan media avec planning et coopérations utiles	Attirer l'attention
Invitation officielle avec informations importantes	Créer une marque de l'événement
Information régulières des acteurs principales	Mettre à disposition de l'information de base
Présence aux autres événements	Augmenter connaissance de votre événement
Newsletter et mailings	Coopérer avec institutions/associations locales

7.3 Media Sociaux: pages 35/36

Les indispensables	To Do
Coordinateur Media Sociaux et/ou équipe qui assure l'alimentation toute l'année	Assigner personne douée avec compétences en langue anglaise et sportives correctes.
Stratégie Media Sociaux	Définir stratégie Media Sociaux (quels canaux? Quels objectifs? Quand?)
Coopérations pour exploitation maximale : Liens vers FIS et autres comités d'organisation. Liens vers la station / région / office de tourisme	Aller au devant de l'opinion: écrire des blogs, répondre aux commentaires, poster sur les murs, fonder groupes et communautés. Utiliser la force du bruit media.
Version anglaise et version langue locale obligée	Eviter "spamming": trop d'information peut nuire
Information "coulisses" des athletes	Suivre formation complémentaire / work shops

II Services aux Media

1. Organisation Media

a. Description

La mise en place de l'organisation générale ainsi que la détermination des positions clé devraient avoir lieu au début des préparations du LOC. Les intérêts de toutes les catégories media doivent être considérés. Aux événements plus petits (Niveau 1 et 2), tous ou presque tous les rôles peuvent être tenus par une seule personne.



b. Objectifs généraux

Les media sont une des cibles les plus importantes lors d'un événement FIS. L'objectif est de livrer des services aux media de première classe avec des collaborateurs professionnels.

c. Les indispensables

- Désigner une personne expérimentée pour diriger les media
- Le Chef media devrait faire part de la direction de la LOC

d. Les tâches principales

Quoi	Action/Comment
Désigner un Responsable Media	Nommer une personne responsable pour tous sujets media 
Etablir une équipe clé couvrant les catégories principales concernant les media	Désigner un photo manager, un coordinateur TV/Radio et un Coordinateur Zone Mixte. 
Définir un plan de travail	Déterminer budget, programme, impératifs, objectifs, niveaux de service etc.
Attribuer les rôles clés dans l'équipe	Des positions clés incluent également les coordinateurs pour MMC, Accréditation, Information, Transport & Hébergement, Conférences de presse & Flash Quotes. <i>Aux événements du niveau 1 et 2 des rôles différents peuvent être remplis par une personne ou avec l'aide des départements concernés (p.ex. accréditation)</i>
Coopérer avec NSA, Détenteurs des droits & FIS	Identifier personnes clés et attachés de presse des NSA. Arranger des réunions avant l'événement (également virtuelles)

Définir une politique environnementale	Définir un guide de politique environnementale dans le plan de projet. Définir des objectifs précis.
Informers les acteurs	Envoyer et publier coordonnées de contact de l'équipe media

e. Suggestions

- » Faire des déplacements lors des autres grands événements sportifs afin d'apprendre plus sur les services media
- » Visiter les autres événements FIS, contacter FIS pour demande d'accès
- » Etablir un groupe de référence qui se compose des représentants media des différentes catégories pour valider des propositions etc.
- » Chercher activement l'échange d'information avec les confrères, départements media des autres événements FIS de la discipline et des Championnats du Monde précédents (Niveau 4).



Zone Mixte et Centre Media Formule 1 Nurburgring 2011

f. Rôle des représentants FIS

FIS Manager Communication – Responsable de la communication FIS (externe et interne), Guides FIS des Services aux Media et site(s) internet officiels FIS. Pilote les coordinsteurs media FIS et soutient les responsables media des LOC.

Coordinateurs Media FIS (Ski de fond, Saut à ski, Combiné Nordique et Snowboard: statuts saison 2012/2013) – Discipline spécifique, contrôle de plan de masse de la Zone Mixte, contact de tous les media, support pour LOC et communication directe et proactive avec les media internationaux.

FIS Promoteurs Alpine – Responsable du plan masse de la Zone d'Arrivée et du flux de la ligne d'arrivée aux stations TV qui diffusent en direct ainsi que de la présentation des vainqueurs et le contrôle d'équipement. Pas de responsabilité des media et photographes.

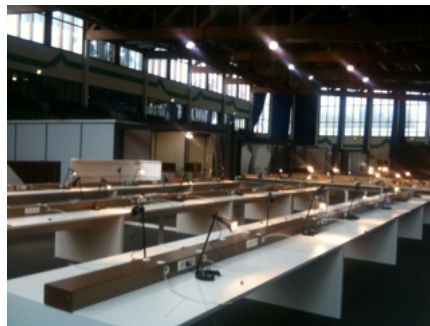
2. Aménagements media

Pour les événements plus petits (Niveau 1 et 2) la communication devient plus importante que les aménagements, puisque l'objectif principal devrait être, d'informer également les media non présents sur place le mieux possible (voir chapitres 3 et 7).

Le chapitre suivant concerne surtout les événements des niveaux 2 à 4.

a) Centre Media Principal (MMC) et Centre Media Annexe

a.Description



MMC – Le Centre Media Principal (MMC) est le centre de toutes les operations media et un deuxième bureau pour les représentants media. Il devrait être situé à proximité du lieu d'intervention des media et près des hôtels media. Idéalement le MMC se trouve à côté de l'Aire d'Arrivée.

CMA – quand la distance dépasse les 15 minutes à pied, le LOC doit considerer l'installation d'un Centre Media Annexe avec les mêmes services qu'au MMC de la taille modérée. Un Centre Media Annexe peut également être mis à disposition près de l'hébergement media ou dans un hôtel media (niveaux 3 et 4). Une solution type tente chauffée/aménagement temporaire est possible.



IBC – Aux événements majeurs (Niveau 4), une opération séparée consiste en la mise à disposition d'un Centre International de Diffusion, le " International Broadcast Center" (IBC).

b. Objectifs

Des conditions de travail excellentes et sécurisées pour tous les représentants media

c. Les indispensables

- 75 % des accrédités media (hors techniciens TV) devraient avoir un poste de travail dans le MMC
- LOC doit procurer une solution WiFi basique, dans le MMC/CMA , mise à disposition gratuitement

d. Tâches principales pour MMC

Quoi	Action/Comment
S'assurer du lieu	Louer salle ou tente avec accès facile. Si tente: assurer système de chauffage performant
Réaliser de bons espaces de travail	Louer/acheter mobilier, éclairage, électricité. Préparer plan de masse et plan d'emplacement Avec situation des tables (minimum 1,2 x 1m par position) et chaises. Minimum deux prises d'électricité par poste de travail
Places de travail réservées pour photographes / espace séparé	Réservé des places, des rangs entiers ou séparé un compartiment du MMC.
Casiers près des places de travail	Positionner les casiers logiquement, de préférence à proximité des photographes
Proposer un service telecom Sécurisé	Désigner partenaire telcom Voir chapitre 6 pour plus de détails
Préparer des bureau privés dans le MMC (Niveau 4)	Quelques media exigent leurs propres bureaux; possibilité de louer bureau privative sur demande. Egalement considérer les besoin FIS
Accueil (Help desk)	Aménager un guichet bien visible, équipé avec telephone et accès internet
Ski room	Ski room ou endroit gardé pour matériels de ski (Alpin et Snowboard) . Ski rack devant l'entrée recommandé.
Stockage	Considérer le besoin de place pour stockage de, marchandises des sponsors, cadeaux media etc
Poubelles	Penser à commander un nombre suffisant de poubelles
Former équipe	Recruter et préparer un plan de formation des volontaires
Assurer un contrôle d'accès professionnel	Pour toutes les zones media exiger un contrôle sûr des accréditations ainsi qu'un zonage clair
Etablir point d'accueil	Pour information et service ("Help desk")
Etablir un "CIS desk" (Niveau 4 seulement)	Arranger des moniteurs CIS du fournisseur timing et data et mise à disposition au MMC

Proposer un point d'accès Internet/imprimante public	Procurer un nombre (limité!) de terminaux PC avec accès internet et imprimante
Organiser un centre de reprographie	Réserver une machine à copier à haut débit, papier, Imprimante pour impression des listes des résultats, Overall Standing etc
Prévoir des zones détente	Arranger endroits avec ambiance agréable. Ne pas oublier d'installer des support pour journaux, flyers etc.
Assurer la disponibilité des boissons et quelques snacks	Offrir café, thé et l'eau gratuit. Parler avec sponsors pour obtenir autres boissons et snacks gratuitement. Affecter une personne à la gestion du stock et Contrôle de la distribution
Distribuer informations clés & statistiques	Voir chapitre services aux media. Préparer un système « pigeon hole » : Important!
Définir horaires d'ouverture adaptés aux besoins et programme des courses	Ouvrir quelques jours avant l'événement Trois jours avant WSC. Horaires d'ouverture normaux. Rester ouvert jusqu'à ce que le dernier journaliste ait fini son travail
Procurer écrans TV	Situés aux endroits visibles. Demander RH pour signal.

e. Suggestions



- Impliquer les sponsors – peut-être sont-ils intéressés pour prendre en charge le media lounge / les zones détente?
- Surf zone – Terminal avec accès internet et imprimante gratuit
- Coopération avec office de tourisme pour "Help desk" au MMC
- Journaux internationaux: coopérer avec librairie locale et avec sociétés locales pour système de support pour journaux
- Les journalistes demandent souvent des adapteurs pour des prises européennes ainsi que des rallonges électriques. Un petit stock devra être disponible au Help desk.
- Anticiper avec le département logistique la signalétique qui devrait être mise à disposition dans le MMC (Horaires d'ouverture, espace photographes, toilettes etc)
- Ne pas oublier d'établir une liste des besoins de l'équipe media (papier, fourniture etc). Vérifier de tout avoir au plus tard une semaine avant l'événement
- Vérifier avec des maisons d'édition locales/régionales pour prêt des supports de distribution pour le media lounge / l'entrée du MMC
- Un système de support d'information ("pigeon holes") doit être mis en place au MMC. Pensez à un système intelligent d'étiquetage



Exemple emplacement au MMC



Pigeon Holes

f. Tuyaux environnementaux



- Utiliser gobelets réutilisables à place des vaisselles jetables pour café et boissons froides. Système de consigne/vente pour réutilisation
- Prévoir des bacs de recyclage dans les aménagements media, MMC et Zone Mixte inclus, pour bouteilles et papier etc.
- Réduire le plus possible l'utilisation de papier
- Mettre information sur site internet ou fournir clés USB
- Favoriser fournisseurs écologiques
- Favoriser produits et fournisseurs régionaux le plus possible



A éviter!



Zone détente

b) Zone Mixte

3.1 Description

La Zone Mixte est l'endroit dans l'Aire d'Arrivée de la compétition où les media et les athlètes se rencontrent immédiatement après la compétition pour des interviews. C'est la zone de travail la plus importante – si les media ne peuvent pas travailler ici, ils peuvent aussi bien ne pas se déplacer sur le site de l'événement.


3.2 Objectifs

Assurer une bonne visibilité de l'action pour les media ainsi que des flux réguliers et un accès facile pour les athlètes.

3.3 Les indispensables

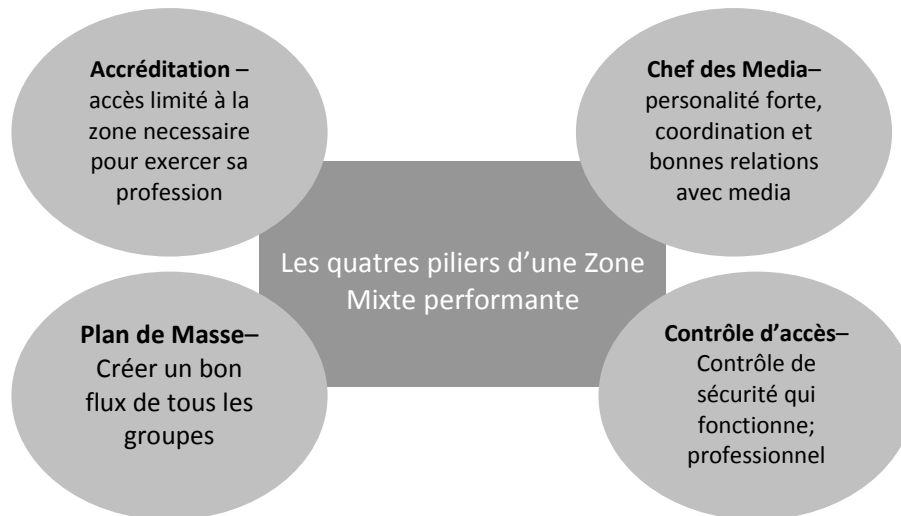
- Coordinateur Zone Mixte et/ou Chef des Media doivent être présents dans la Zone Mixte 45 min avant le début et pendant toute la course.
- Le Coordinateur de la Zone Mixte doit avoir de l'expérience et être connu par tous les athlètes, les équipes et les stations TV.
- Contrôle d'accès efficace obligatoire de la Zone Mixte
- La Zone Mixte doit être organisée de sorte que les athlètes doivent impérativement traverser toute la zone quand ils partent.

3.4 Tâches principales

Quoi	Action/Comment
Déterminer responsable de la Zone Mixte	Désigner Coordinateur Zone Mixte avec expérience événementielle et TV/Media. Rôle très important! Avoir une personne supplémentaire pour les sujets techniques comme p.ex. mise des barrières. 
Déterminer le plan	Un plan de masse de l'Aire d'Arrivée Décider tailles des boxes TV/Radio adaptés aux demandes des détenteurs des droits. Le flux des athlètes est important! Revoir catégories des accreditations. Coordonner avec représentant FIS.
Organiser arrêt de voiture pres de la sortie de la Zone Mixte pour les transport des vainqueurs à la conf. de presse	Le Coordinateur Zone Mixte devra veiller à l'évacuation rapide des vainqueurs après la course et informer le coordinateur de la conférence de presse dès que le premier athlète est en voiture.
Suivre la Coupe du Monde	Reconnaître tous les top athlètes par leur nom et leur visage.

Installer accès WiFi	Assurer hotspot dans ou près de la Zone Mixte
Etre informé	Par connection radio avec jury, production TV, détenteurs des droits, attachés de presse des équipes etc
Coopération Aire d'Arrivée et flux	Assister aux réunions de production avant l'événement afin de mieux comprendre les procédures dans l'aire d'arrivée. Reconstruire le flux des athlètes de la sortie vers la cérémonie des prix. Inclure équipes anti-doping et cérémonies afin de discuter le flux et le déroulement avant l'événement.

Pour plus de détails veuillez lire la check-list (annexe)

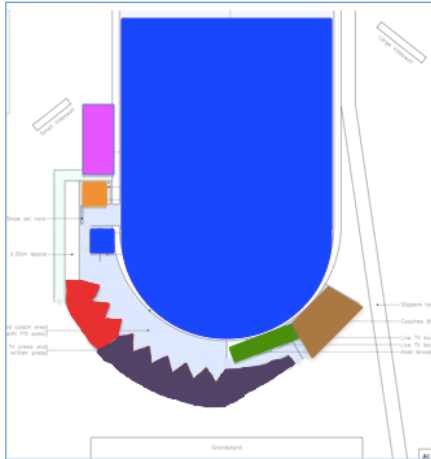


3.5 Suggestions

- Arranger écrans TV et/ou écran CIS pour résultats et flash quotes dans la Zone Mixte
- Essayer d'organiser des boissons chaudes surtout quand il fait très froid.
- Installer les barrières en « z » pour que l'athlète puisse s'arrêter au milieu
- Anticiper les conditions météorologiques différentes. Arranger des tapis sur le sol enneigé afin d'éviter des glissages et tenir les pieds chauds.
- Informer les attachés de presse des équipes de votre présence et mettre à disposition les informations de contact. Avec photo.
- Organiser un briefing "radio" pour tous les volontaires travaillant dans la Zone Mixte (règles de conduite, silence radio etc)



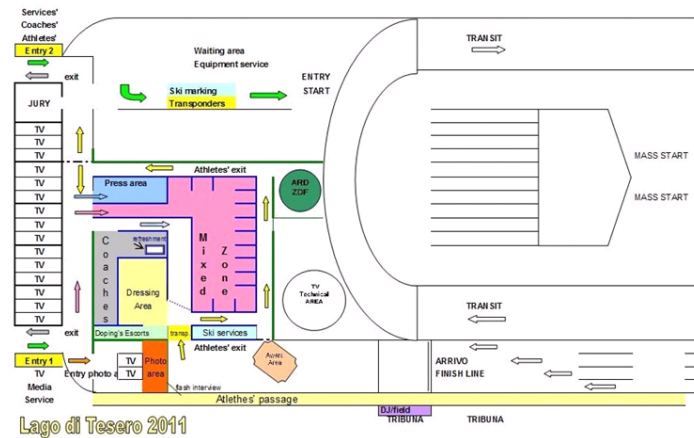
Méthode éprouvée de Layout d'une Aire d'Arrivée

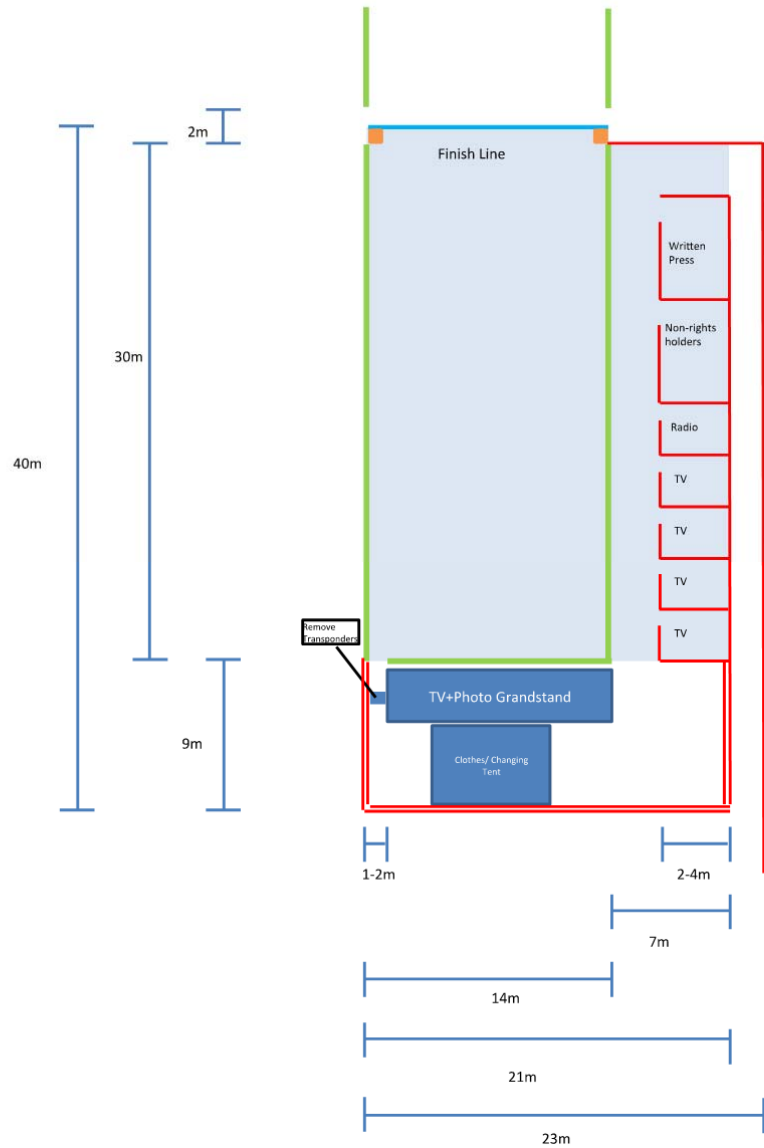


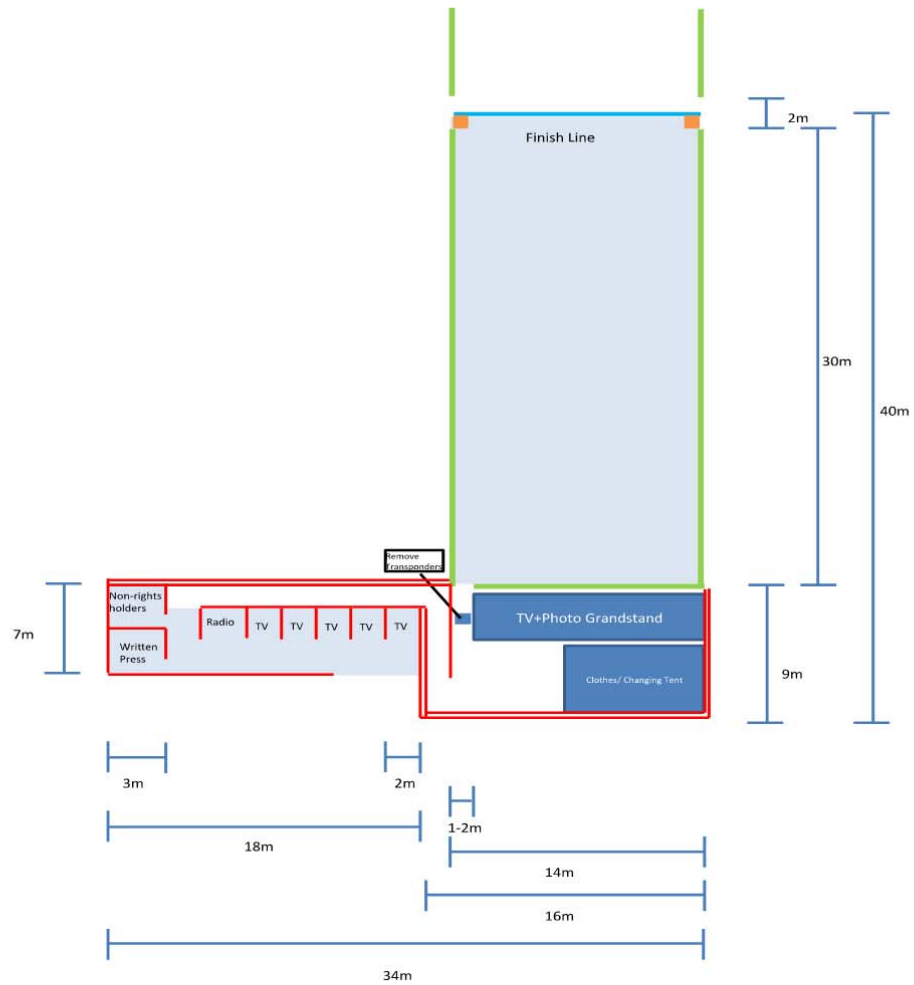
- 1 – TV World Feed
- 2 – TV Live Commentary Boxes
- 3 – FIS Equipment Control
- 4 – TV ENG Camera Crews & Live Radio
- 5 – Radio, Press, Internet Media
- 6 – Team Area
- 7 - Photographers



Méthode éprouvée ski de fond







3. Services aux media

a. Description

Le département opérations media s'occupe du MMC et des services aux media avant, pendant et après l'événement. L'exigence principale de base des media est d'obtenir de l'information claire et précise contenant tous les aspects importants de l'événement, l'organisation, le programme, les athlètes etc.

b. Objectifs

Information rapide et fiable

c. Les indispensables

- Conférence de presse après événement avec vainqueurs
- Les événements majeurs devraient organiser une conférence de presse avant l'événement avec les top 3 coureurs du classement courant de la Coupe du Monde

d. Tâches clés du service aux media

Quoi	Action/Comment
Désigner Coordinateur des Opérations Media	Désigner une personne responsable de tous les sujets des services aux media
Mettre à disposition des caractéristiques, présentations et rapports de compétition en écrit	Ecrire et distribuer via le site internet de l'événement Listes de départ élargies, par dossard et en ordre alphabétique. En Anglais. Autre langues un plus mais pas obligées.
Préparer guide media	Contient plans, contacts, programme etc. Version électronique!
Organiser points rencontres avec athlètes	C'est pour cette raison que les media se déplacent sur site!
Délivrer flash quotes	LA CLE ABSOLUE: des flash quotes pris dans l'Aire d'Arrivée et lors des conférences de presse en tant que service pour journalistes sur site mais aussi pour les media absents. Distribuer au MMC et via le site internet le plus vite possible après la course. Travailler avec des professionnels.
Offrir sujets additionnels en cas de report d'une course	Coopérer avec office de tourisme et remontées mécaniques pour que chacun puisse en profiter. En procurant des sujets intéressants vous assurez des retombées positives malgré de mauvaises conditions météorologiques ou des problèmes logistiques.
Former votre équipe media	Préparer un guide volontaires. Choisir des volontaires avec expérience des compétitions de la Coupe du Monde . Plus les volontaires sont formés, plus le service media sera bon!
Préparer différents conférences de presse (Obligatoire aux événe-	Conférence de presse post-événement avec les trois vainqueurs est obligatoire. Coopérer avec marketing et détenteurs de droits pour backdrop. Utiliser une salle séparée à proximité pour les conférences d

ments titre!	presse des équipes. Présentateur avec expérience et bonnes connaissances du sport et et compétences linguistiques. Préparer une liste compréhensible de toutes les conférences par jour. Niveau 4: Arranger conférence de presse pré-événement avec les 3 top coureurs courants. Parler avec coordinateurs media des Fédérations Nationales de Ski (liste disponible auprès de la FIS).
Arranger café et snacks gratuits	Coopérer avec sponsors!
Assurer service de traduction	Tous les documents devraient d'abord être disponibles en Anglais et puis dans la langue nationale. Allemand et Français si possible. Un interprète pour la presse locale pourrait être nécessaire. Vérifier avec les coordinateurs media FIS si besoin de langues spécifiques par discipline.
Arranger revue de presse quotidienne	Chaque article avec nom de la publication et date. La revue de presse doit être livrée aux journalistes le plus vite possible le matin. Service Très apprécié mais également un bon support pour votre rapport final!
Organiser un service météo	Parler avec département sport ou éventuellement négocier un Partenariat
Etablir service alerte SMS	Envoyer changements de programmes et information importante à une Liste des numéros de portable que les media indiquent au moment de la demande d'accréditation si intéressés–inclure service inscription dans formulaire!

e. Suggestions

- Proposer formation de l'équipe en rédaction et sous forme de jeu de rôle afin de s'entraîner aux situations potentielles.
- Niveau 4: Envisager une sortie "team-building".
- Arranger les conférences de presse avant l'anti-dopage –cela leur permet de boire de l'eau. Enlever l'étiquettes des bouteilles (Ambush marketing!). Ne pas éplucher les fruits, sinon les athlètes ne vont pas les manger.
Penser à la logistique pour les athlètes. Essayer d'avoir le contrôle anti-dopage dans le même bâtiment.
- Un petit cadeau media est toujours apprécié. Mais penser à un endroit de stockage et à l'affectation des membres d'équipe media pour préparation des sacs (Surtout niveau 4: pas sousestimer la durée de la préparation!)
- Considérer diner media. Parler avec sponsors et office de tourisme.

f. Astuces écologiques



- Limiter autant que possible les impressions en papier
- Publier guide media visible sur le site internet et afficher sur le tableau d'affichage au MMC. Un nombre de copies limité au info desk au MMC – ne pas distribuer une copie en papier à chaque media. Favoriser version électronique sur clés USB.



Formation de l'équipe

4. Service photo

a. Description

Les photographes sont le groupe d'acteurs principal pour la promotion des sports d'hiver. Leurs besoins spécifiques doivent être considérés par des professionnels qui comprennent les besoins et qui ont la capacité de fournir les meilleures conditions de travail possibles.

b. Objectifs

Procurer des positions photos optimales et conditions de travaux sûres pour les photographes.

c. Must-haves

- LOC doit désigner un photo manager en plus du Responsable Media
- Sur-accréditations pour les zones de travail bien visibles (dossards et armbands) doivent être mises à disposition.

Pour les événements alpins, tous les photographes qui entrent dans les zones de travail doivent accepter le règlement sur-piste et signer la décharge de responsabilité qui fait partie de l'accréditation FIS saison.

Les photographes avec un accès prioritaire reçoivent une carte accès spécial FIS uniquement valable avec l'accréditation FIS saisonnière.

Dans les disciplines FIS nordiques, des sur-accréditations avec accès spéciale procurent l'accès aux positions limitées. Les coordinateurs nordiques assistent pour clarifier ces positions et aident à gérer l'accès.

d. Tâches principales

Objectif/quoi	Action/Comment
Déigner Photo Manager	Photographe de sport avec expérience, des accréditations pour événements majeurs et connu des collègues. Echanger avec FIS en cas de doute.
Assurer meilleures conditions de travail possibles dans le stade et aux cérémonies	Coopérer avec direction de course pour sécurité et contrôle d'accès et avec coordinateur TV concernant les positions caméra.
Organiser briefing(s) photographes	Une réunion avec tous les photographes avant l'événement.
Installer des positions photo efficaces	Découvrir nouvelles positions et revoir les anciennes. Etablir plan avec de bonnes positions (prendre en compte Caméras TV). Considérer procédure pour podium dans l'Aire d'Arrivée, leader box et la cérémonie des fleurs / cérémonie des vainqueurs. Revoir sur site avec des professionnels. Vérifier avec FIS et Chef de Course. Prendre en compte accès et flux. Réserver des positions photos prioritaires pour les grandes agences (AP, AFP, Reuters, EPA, Getty plus les agences nationales). Considérer un podium pour les photographes dans la salle des conférences de presse.
Distribuer sur-accréditations pour zones de travail	Coopérer avec FIS et utiliser liste de priorité FIS (Alpine). Définir règlement clairs pour accès aux positions limitées
Exigences techniques	Solution technique, p.ex. WiFi au/à côté du stade. Ne pas oublier la mise à disposition de WiFi haut-débit sur demande pour les grandes agences. Voir plus de détails au chapitre technologie.
Réserver des parkings pour photographes à proximité du MMC et de l'Aire d'Arrivée	Coopérer avec le coordinateur transport/parking. Définir Procédure pour distribution des badges parking (envoi avant ou distribution sur place?)
Arranger service de réparation caméra au MMC (Niveau 4)	Coopérer avec des sociétés de matériel photo. Mettre à disposition de l'espace au MMC gratuitement, les Sociétés ne devraient payer que la fourniture.
Etablir "black box" (Niveau 4)	(Si possible à proximité de la salle de la conférence de presse) pour prise des photos officielles des vainqueurs. Coopérer avec SRS.
Organiser forfait de ski pour tous les photographes	Les forfaits de ski devraient être automatiquement fournis Aux photographes lors de l'accréditation. Si forfait sur Demande: établir procédure de distribution!
Service des listes de départ et des Résultats	Organiser la distribution des listes aux positions photo-Graphes, dans les zones de travail et sur le podium photo

Suggestions

- Servir boissons chaudes et snacks sur piste par les photo-runners pour les photographes qui sont en position.
- Distribuer des informations sur les événements encadrants.
- Si beaucoup de photographes sur site – établir un groupe SMS séparé.
- Suivre les photos publiées – comment et où sont-elles?

5. Service et Infrastructure TV/Radio

a. Description

Des meilleures conditions de travail en matière de technologie, ergonomie et service doivent être mises à disposition des stations TV et du RH.

Les services sont définis dans la convention entre les détenteurs des droits, le RH et la LOC / FNS.

La mise à disposition du service est parfois sous responsabilité du département infrastructure et parfois sous responsabilité du département media.

Les commentateurs TV et radio ont également besoin des services comme l'information. Prendre en compte le nouveau guide FIS pour production TV (spécifique par discipline).

Les détenteurs des droits sont responsable du service sur site pour leurs clients. La responsabilité de l'infrastructure des opérations TV/Radio varie entre chaque comité.

b. Objectifs généraux des opérations TV/Radio

Les meilleures conditions de travail possibles avec l'accent sur les infrastructures et le service sur site.

c. Les indispensables

- Nommer coordinateur TV/Radio avec expérience.
- Arranger des sur-accréditations bien visibles pour les zones de travail (dossards ou bracelets)

d. Tâches principales TV/Radio

Quoi	Action/Comment
Désigner Coordinateur TV/Radio	Personne avec expérience. Echanger avec FIS et détenteurs des droits
Assurer meilleures conditions de Travail possibles	Coopérer avec direction de course pour sécurité.
Fournir des positions commentateurs	Dependent de la situation contractuelle. Normalement Discussions avec détenteurs des droits et aux frais du LOC
Mise a disposition des plateformes Caméras et du câblage	Etablir plateformes des caméras selon specifications du RH. Construire et protéger le câblage. En coopération avec RH.
Construire TV compound	Etablir un endroit avec espace suffisant à proximité de l'Aire d'Arrivée en coopération avec RH.
Construire IBC (Niveau 4)	Inclure bureaux pour RH et sociétés TV. Si possible à proximité du TV compound. En coopération avec RH.
Assurer éclairage suffisant	Pour les courses de nuit un minimum de 1000 Lux est obligatoire dans les zones de compétition. Voir le guide FIS de production TV (par discipline).
Organiser une verification du son	Vérification du son pour les microphones TV et speakers avec RH. Trouver meilleur compromis entre TV et son pour le Public. En coopération avec RH.
Organiser sur-accréditations	Coopérer avec FIS et voir guide FIS par discipline
Obligations techniques	Re-vérifier les solutions techniques (par exemple WiFi, support) avec RH, fournisseur telecom et fournisseur électricité

e. Suggestions



- Nombre suffisant de volontaires/runners dans la phase de construction
- Niveau 4: Ne pas sous-estimer le travail à effectuer du LOC concernant les documents demandés pour le guide du RH. Demander à temps ce qu'il faut livrer!
- Définir procédure d'accréditation pour TV (normalement ce sont les team-leaders qui viennent chercher les accréditations pour tout le groupe. Etre préparé: demander pour listes des groups et avoir les accréditations pré-imprimées!

f. Astuces écologiques



- Solution électricité par générateur
- Ne pas sous-estimer les besoins pour chauffage et électricité

6. Logistique Media

Description

Les installations et l'organisation de la logistique media doivent être coordonnés avec le département logistique. Cependant la coordination générale des sujets logistiques media doit rester sous responsabilité de l'équipe des opérations media.

6.1 Accréditation media

a. Description

Le monde des media évolue en permanence. Par exemple, beaucoup de photographes ne sont plus seulement des photographes mais travaillent également en tant que journaliste internet et inversement. C'est le challenge actuel des LOC en terme d'accréditation et le comité doit faire très attention à affectuer des accréditations justes aux représentants media concernés. Les standards d'accréditation seront évalués de manière permanente par la FIS.

b. Objectifs


Accréditations correctes pour tous les media conformes à leurs besoins.

c. Les indispensables

- Formulaire d'accréditation en ligne
- Emploi des zones standards fixées par la FIS et inclus dans chaque convention d'organisation
- Contrôle d'accès professionnel
- Responsables Media ont besoin d'une accréditation tous accès

d. Tâches principales

Quoi	Action/Comment
Désigner responsable de l'accréditation media	Personne avec expérience. Impliquer FIS dans le Processus d'accréditation (surtout Niveau 4). Responsabilité principale: Chef des Media LOC
Confirmer les demandes d'accréditation	Demander carte de presse ou preuve d'expérience ou personne de référence. Réponse immédiate et professionnelle. Utiliser des réponses initiales et pour tous les changements de statut de la demande. Inclure demandes pour services spécifiques p.ex. LAN dans le formulaire d'accréditation.

Revoir liste des détenteurs des accréditations saisonnières de la FIS Faire attention au pilote ski de fond 2012/13!	Assistance pour l'accès. Pour questions contacter FIS Communication. 
Prendre en compte membres d'organisation professionnelles	Vérifier votre compréhension concernant les organisations professionnelles du pays. Contacter FIS pour conseil international.
Considérer endroit pour centre d'accréditation	Assurer l'information aux media sur lieu de leurs accréditations et sur-accréditations. Si possible accréditation media au MMC. Si pas Possible mettre à disposition un guichet accréditation propre pour media, bien visible (signalétique!)
Réserver parkings media devant le centre d'accréditation	Exclusivement pour media qui collectionnent leurs accréditations. Les parkings réservés doivent être accessibles sans badge parking. Si besoin, informer police municipale.
Préparer des accréditations pour l'équipe media.	Délivrer liste indiquant les zones demandées au Coordinateur Accréditation
Préparer sur-accréditations comme cartes et dossards	Pour inspection de course et accès au stade. Support par les directeurs de course FIS ou FIS Communication.



Guichet d'accréditation media

Processus d'Accréditation

1. Contrôle d'adhésion professionnelle si la personne n'est pas connue.
2. Appeler/écrire mail et demander qui ils sont et pour le compte de qui ils vont travailler lors de l'événement. Développer relation avec un nouveau contact.
3. Refuser ou valider.
4. Rester loyal avec des media travaillant, ne pas les déranger en validant des personnes qui devraient plutôt avoir d'autres zones d'accès.

Zones d'Accès Standard

Employer des zones comme indiquées dans la matrice de l'Accréditation FIS SaisonMedia en gras:

1. Zones équipes
2. Zones entraîneurs
3. Zones sports
4. Zones services
5. Zones officielles
6. Zones TV/Radios
7. Commentateurs TV/Radio
8. IBC/TV Compound
9. Zones presse écrite
10. Zones photographes
11. Zones media spéciaux
12. Centre Press/ Centre media
13. Centre Media Annexe
14. Data/Timing
15. Cérémonie
16. Special Guests

6.2 Hébergement Media

a. Objectifs

Mettre à disposition des hébergements à prix modéré et conforme aux besoin des media.

b. Les indispensables

- LOC met à disposition des hébergements à prix modéré jusqu'à une deadline –p.ex. 60 jours avant (bien communiquer – pas de garantie après la deadline). Media payent eux-mêmes.

c. Tâches principales

Quoi	Action/Comment
Désigner responsable d'hébergement media	Former et informer sur le besoin des media et le statut De la demande d'accréditation. Chef des media doit activement être impliqué dans le processus de l'hébergement

Préparer une liste prioritaire	Coordoner la priorité de logement avec la direction de la LOC. Qui devrait avoir quoi? Teams, media, sponsors etc.
Définir deadline raisonnable	Communiquer une deadline (p.ex. 60 jours) dans le cas où vous pouvez aider avec l'hébergement. Utiliser site internet, invitation, newsletter et formulaire d'accréditation pour communiquer
Vérifier disponibilité de WiFi dans hôtels media	Prioriser hébergements avec connexions internet pour media
Etablir niveau de prix raisonnable	Essayer de trouver options avec des niveaux différents de prix pour media. Recommandation: les prix devraient se trouver entre 100 et 200 € par nuit Les prix ne devraient pas être plus chers que pour des vacanciers sur place dans la même période.

d. Suggestions



- Presque tous les media préfèrent loger dans des singles – respecter leur besoin de tranquillité et de vie privée par rapport à leur temps de travail
- Coopérer avec la station – focaliser sur des relations à long-terme avec les media
- Assurer que des journalistes fidèles obtiennent un bon hébergement
- Essayer d'avoir des prix pour sociétés TV et grands groupes s'ils acceptent de partager les chambres.

6.3 Transport/Parking

a. Objectifs

Accès facile à l'événement

b. Indispensables

- Parkings limités pour détenteurs des droits et photographes au stade
- Service navette entre MMC et stade si temps de déplacement à pied dépasse 15 minutes

c. Tâches principales

Quoi	Action/Comment
Arranger navette media	Navettes après la course directement en direction du MMC. Petits vans sont souvent plus pratiques que des grands cars. Heures de pointe juste avant et après la course. Vérifier que les horaires sont raisonnables et bien communiquées. Discuter avec groupe de référence concernant les besoins
Assurer parking limité au stade	Etablir liste prioritaire avec direction LOC : qui devrait avoir quoi. Teams, media, sponsors etc.
Assurer nombre de parkings suffisants près de MMC	Pour tous les media
Arranger transport des vainqueurs de la Zone Mixte à la conf. de presse	Le Coordinateur Zone Mixte est en charge d'assurer l'évacuation Immédiate des vainqueurs à la sortie de la Zone Mixte. Coopérer avec Coordinateur Transport
Considérer besoin De transport de/ vers l'aéroport	Fournir de l'information de transport (ou besoin) dans les invitations media, confirmation d'accréditation et site web.

d. Suggestions



- Le transport de/vers l'aéroport est très apprécié
- Priorité aux photographes avec équipement lourd
- Ne jamais distribuer plus de places de parking que parkings existants
- Définir procédure exacte de distribution des places de parkings (envoi avant ou distribution sur place. Par qui? Comment communiquer les détails aux media?)
- Essayer d'obtenir une réduction de 10-20 % pour media

e. Tuyaux écologiques



- Encourager déplacement à pied
- Considérer utilisation de carburants écologiques et des solutions de transport

6.4 Catering

a. Objectifs

Optimiser la productivité des media en leur proposant un service de restauration et d'hydratation de qualité

b. Les indispensables

- Repas à prix raisonnable disponible à proximité du MMC
- De l'eau et des boissons chaudes doivent être mises à disposition gratuitement aux media au MMC

c. Tâches principales

Quoi	Action/Comment
Arranger catering pour media	Utiliser un restaurant local ou en construire. Offrir des prix raisonnables et service rapide près du MMC et avec espace séparé pour media. Coopérer avec sponsors.
Vérification des consignes du service de santé publique	Suivre consignes afin d'éviter des problèmes et des amendes
Catering dans l'Aire d'arrivée	En cas de report service de boissons/soup chaudes et snacks dans Centre Media Annexe.
De l'eau, café et thé	Mise à disposition gratuite au MMC. Sponsor?

d. Tuyaux écologiques



- Servir de la nourriture locale
- Servir café et thé issus de l'agriculture éco-responsable

6.5 Technologie Media


a. Objectifs

Plateforme rapide et fiable

b. Les indispensables

- WiFi de base ou autre accès internet dans tous les aménagements media doivent être mis à disposition gratuitement
- Possibilité de lignes privées de haut-débit sur demande
- Assurer support technique surtout après la course

c. Tâches principales

Quoi	Action/Comment
Désigner responsable IT media	Informez vous sur les besoins des media et tenez au Courant des statuts des demandes.
Assurer connection internet Suffisante et fiable	Considérer les différents besoins des populations media comme les photographes et détenteurs des droits. P.ex. besoin de connection rapide dans les positions photos la Zone Mixte pour chargement des photos. LAN préférable.  Pic de connexion après course! Voir guide internet FIS.
Planifier des lignes privées suffisantes	Demandes possibles dans le formulaire d'accréditation. Coordonner avec l'agence de management des droits pour autre besoin (sur demande).
Assurer support technique	Support technique doit être fourni lors de la phase de construction et des heures de pointe (post-événement).
Construire support électricité fiable	LOC doit fournir électricité et système pour cas d'urgence. Electricité est facturée selon prox définés au « Rate Card ».
Offrir des prix raisonnables	FIS recommande la mise à disposition d'internet de base lors de tous les événements FIS gratuitement Développer bonne relation avec votre fournisseur (sponsor potentiel!)
Considérer besoin des terminaux publics avec accès internet	Mise à disposition des ordinateurs avec imprimante pour les besoins de dernière minute.
Assurer une couverture de réseau téléphonie mobile de qualité	Vérifier avec fournisseur telecom.

e. Suggestions

- Booster votre événement en construisant une nouvelle infrastructure
- Mieux vaut facturer un service de qualité que d'offrir un mauvais service
- Vérifier que les hôtels media disposent du WiFi
- La bande passante doit rester constante

Plus de détails sur la connection internet: annexe 2, page 44

7. Communication: Site internet / PR / Social Media

7.1 Section Media/Presse sur site internet

a. Description

De nos jours la mise à disposition d'informations sur le site internet avant, pendant et après un événement est essentielle. Grâce à cet outil l'information peut servir les media sur site ainsi que les media non présents sur place.

La communication est l'outil principal des petits événements (Niveau 1 et 2), qui n'ont pas besoin de mettre en place des aménagements élaborés ou investir trop de temps et de coûts dans les opérations media, car peu de représentants media sont présents sur place. Leur communication doit donc être bien étudiée et toujours présente.

b. Objectifs

Du service aux media professionnel avec information correcte et actuelle, images, demandes des accreditation etc pour media présents et pas présents sur place.

c. Must-haves

- Fournir une section media séparée sur votre site web
- Langue anglaise et locale nécessaire
- Publier exposé sommaire après votre événement

d. Guide général pour votre section media

Objectif/Quoi	Action/Comment
Proposer de l'information correcte et intéressante sur tous les aspects de l'événement avant, pendant et après aux media	Procurer information traditionnelle, news, faits & chiffres. Enrichir avec des photos régulièrement chargées et une galerie video avec des petits extraits de la course ou des interviews avec des athlètes. Voir annexe, chapitre 2 pour plus de détails concernant des suggestions de contenu
Fournir information de base	Publier les meilleures moyennes de voyages, liens vers les companies aériennes et agences de location de voitures. Descriptions de la course, numéros de téléphone utiles et sponsors. Accès facile au programme quotidien!
Désigner responsable(s)	Partenariat avec écoles/universités media afin de créer une équipe. Chercher une personne douée pour monter des vidéo-clips –essentiel pour alimenter le site web. Ne pas oublier d'assurer le service de traduction permanente!

Ne pas négliger des informations Priviligiées / coulisses	Employer l'internet en tant que premiere source d'information des media sur votre événement. C est le moyen le plus efficace !
---	--

e. Suggestions

- » Filmer conférences de presse et publier sur YouTube et site internet
- » Publier audio-interviews sur votre site web. Très court pour radio.
- » Considérer également votre besoin en vidéo-clips pour autres occasions comme présentations officielles, des clips pour promotion lors d'autres événements sportifs et pour les grands écrans au stade lors de votre événement
- » Composer une équipe video pour des sujets "making-of" et "en coulisses" avant et pendant l'événement. Coopérer avec des écoles media. Les étudiants vont être heureux de pouvoir participer à l'organisation! Vérifier avec FIS pour sur-accréditations (stickers !).

7.2 PR et Social Media

a. Description

La coopération avec le département marketing est essentielle pour la livraison correcte d'information et la promotion de l'événement. Au sein de quelques comités, l'information/PR et site internet ne sont pas sous la responsabilité du département media mais d'un autre département. La coopération est essentielle!

b. Objectifs généraux

- Augmenter la connaissance, susciter de intérêt et maximiser les retombées presse positives de l'événement et du sport
- Hausser le nombre de présence des media sur place (et des spectateurs bien sûr)
- Fournir un excellent service pour media qui ne se sont pas déplacés
- Augmenter le support local et l'adhésion à votre événement
- Augmenter la présence internet
- Developper la marque de l'événement

c. Les indispensables

- Inviter les media et leur faire sentir qu'ils sont les bienvenus
- Fournir rapport final à la FIS et un exposé sommaire de l'événement avec faits et chiffres pour les media

d. Tâches principales PR

Quoi	Action/Comment
Susciter de l'intérêt	Coopérer avec des personnes avec expérience, appliquer la stratégie de l'information libre. et définir un porte-parole LOC en avance (assurer de rester fidèle à votre stratégie de communication et aux messages importants)
Inviter media à votre événement	Etablir listes de distribution, utiliser site internet pour récupérer des contacts additionnels
Identifier des acteurs principaux et les tenir informés	Par le biais des newsletters, événements, réunions. Surtout focaliser sur les quatres dernières semaines avant l'événement pour développer.
Accès aux media	Définir une stratégie media avec un porte-parole identifié Pour la LOC et communiquer des numéros de téléphone
Optimiser les retombées positives sur l'événement.	Avoir un plan proactif avec de l'information ciblée avant, Pendant et après l'événement.
Augmenter intérêt pour sports d'hiver	Coopérer avec la Fédération Nationale et l'équipe Nationale afin de promouvoir votre événement
Créer une plateforme pour de bonnes relations entre LOC et media.	Information continuee pour les media. Communiqués de presse et rencontres aux différents événements sportifs.
Site internet de l'événement, source principale d'information	L'information électronique est la moins coûteuse
Fournir newsletter	Séparé par cible (FNS (équipes), media, sponsors. Focaliser sur contenu, fréquence par groupe et vos objectifs
Rapport après-événement pour la FIS	Faits et chiffres media et évaluation brève de l'événement
Media Monitoring	Pour analyse et rapport de l'impact. Employer outil digital ou avoir un membre d'équipe chargé de suivre des articles et des interviews sur sites internet, journaux, radio et TV
Information presse sur l'événement	Publier chiffre des spectateurs etc. et commentaires sur l'événement sur votre site web et envoyer aux media directement après votre événement

e. Suggestions



- Créer effet positif – délivrer du contenu aux fans et media.
- Focaliser sur sujets du et autour de l'événement
- Si vous avez l'intention d'organiser un diner de presse, arranger une réception courte à la place avec quelques personnages intéressants (athlètes, légendes, officiels) – informel mais avec des chances pour interview et de l'information privilégiée. Etablir petit coin interview avec backdrop.

7.3 Media Sociaux

a. Description

Social media est une communication interactive basée sur le web, où les personnes partagent et se connectent avec le monde entier. Il y a une multiple diversité des media sociaux, allant des réseaux sociaux (comme Facebook ou MySpace) ou des plateformes d'échange (YouTube ou Flickr) jusqu'aux blogs et communautés ainsi que des sites de microblogging comme Twitter.

b. Objectifs généraux

- De la même manière que pour le travail de PR, l'objectif principal est d'augmenter la notoriété de l'événement, de créer de l'intérêt et optimiser des retombées positives de l'événement et du sport
- Connexion avec les fans et les cibles sur un niveau plus personnel
- Construire une marque de l'événement avec l'aide des communautés
- Joindre les personnes là où ils se regroupent de nos jours

c. Les indispensables

- Coordinateur/équipe media sociaux toute l'année
- Stratégie media sociaux
- Liens vers la FIS, autres organisateurs et la station

d. Tâches principales

Must Have	A faire
Coordinateur /équipe social media qui encadrent les projets toute l'année	Désigner une personne douée avec des connaissances du sport et une maîtrise de la langue anglaise
Stratégie media sociaux	Etablir un Fanpage sur Facebook et un canal YouTube/Flickr. Publier actualités et films. Donner de la valeur ajoutée pour vos cibles comme information privilégiée, places d'entrée spéciales etc Créer un compte twitter et partager des liens utiles. Commencer un blog – mais n'oubliez pas qu'il doit être actif et interactif: les Social Media nécessitent de répondre à une stratégie établie. Le marché media sociaux est devenu plus organisé, plus informé, plus intelligent. Si vous le faites, faites-le comme il faut!
Liens vers la FIS et les autres organisateurs	Eviter spamming: trop d'informations tue l'information

Information coulisses de l'événement et des athlètes	Allez où ils se regroupent! Répondre aux commentaires, écrire blogs, poster sur des autres murs, fonder des groupes et des communautés
Coopération avec station/office de tourisme et région	Assister aux formations et ateliers spécifiques

e. Suggestions



- Un seul canal ou un seul profil n'est pas assez pour avoir des effets. C'est la combinaison de multiples outils qui vous apporteront du succès.
- Connecter avec cibles et fans. Toujours être proactif et déclencher la conversation: engager la conversation sur votre blog et par des chatrooms, Poster sur autres blogs.
- Travailler avec des écoles media pour encadrement du blog
- Utiliser le "buzz power"!

III Annexe

1. Job descriptions

1.1 Responsable Media (Chef Media)

Responsable de:

- » Mise en place et gestion de l'équipe media
- » Planification, mise en place et evaluation des aménagements media
- » Etablissement et management de la section media actif sur le site web
- » Accréditation des media
- » Surveillance de la Zone Mixte
- » Coordination de la logistique media (transport, hébergement, catering)
- » Communication & demandes media
- » Activités PR concernant la promotion de l'événement

Dans quelques cas:

- » Programme officiel de l'événement et sa validation par la FIS
- » Communication strategique de l'événement
- » Autres informations internes et externs sur l'événement
- » Activités Media Sociaux

AVANT l'événement le Responsable Media est en charge de:

- » Etablir MMC et centre de presse annexe si besoin
- » Etablir (ou coopérer) broadcast center et aménagements TV
- » Recruter et former l'équipe media (professionnels et volontaires)
- » Etablir cellule traduction ainsi que pôle photographes
- » Procurer solutions et support techniques
- » Coopérer avec département marketing concernant la promotion et le site internet
- » Coopérer avec UER, FIS, Fédération nationale de Ski, détenteurs des droits TV
- » Intégrer / coopérer avec institutions/associations locales
- » Communiquer avec les media– invitations, communiqués de presse, newsletters etc.
- » Etablir un système de distribution pour les media nationaux et internationaux ainsi que pour des autres acteurs importants
- » Proposer services aux media via le site internet, par mail et par le biais des conférences de presse
- » Doit être present aux séminaires "FIS CoM" afin de rencontrer les confrères
- » Etablir liste des besoins matériels pour toute l'équipe media pendant l'événement (papier, fourniture de bureau etc)
- » Briefing précis de l'équipe sécurité

- » Organiser revue de presse au moins pour la période précédant et pendant l'événement
- » Etablir procédures pour la communication de crise
- » Organiser coup d'envoi (« Kick off ») avec toute l'équipe media/volontaires

PENDANT l'événement le Responsable Media doit assurer:

- » Coordination générale des aménagements media
- » Briefing et Débriefing quotidien de l'équipe media
- » Coordination des demandes d'interview
- » Rapport quotidien au CEO /direction LOC
- » Présence lors de toutes les reunions de crise, pilotage de la cellule de crise
- » Coordination de la distribution des forfaits des skis et des parkings
- » Toujours être present dans la Zone Mixte avant et pendant la course
- » Développer des relations avec les media sur place et les media non présents

APRES l'événement:

- » Rapport au CEO et autres départements du LOC
- » Analyse de la revue de presse
- » Rapport final pour FIS
- » Transfert de compétences et d'expéireince ("Knowledge transfer")
- » Organiser repas/cocktail ou autre petite rencontre pour remercier équipe media

Profil:

- » Compétences linguistiques anglaises excellentes. Autres langues appréciées. L'allemand est un atout.
- » Experience avec le sport et les services media événementiels, idéalement avec des connaissances spécifiques des disciplines FIS
- » Fort réseau media et compréhension des besoins des media internationaux

1.2 Photo Manager

Responsable de:

- » Accréditation photo
- » Positions photo
- » Service photo

AVANT l'événement:

- » Validation et formation de l'équipe photo choisie
- » Réunions régulières avec Responsable Media / équipe media
- » Etudier flux des photographes vers la/de la Zone Mixte et MMC
- » Inspection des positions des photographes avec délégués FIS
- » Organiser chambre noire ("black box")
- » Mise en place des podiums dans la Zone Mixte- et pour les événements concernés- dans la salle des conférences de presse en coopération avec coordinateur TV et coordinateur Zone Mixte
- » Etablir des procédures d'accès (qui, à quel moment...) pour la cérémonie des fleurs et la cérémonie des vainqueurs
- » Organiser un briefing photographes
- » Vérification et validation des demandes d'accréditation des photographes
- » Organisation d'un service caméra pour la période de l'événement
- » Attribuer sur-accréditation pour les zones de travail des photographes (dossards / brassards) en coopération avec Chef des Media
- » Vérification des emplacements pour photographes avec Chef des Media (larges places de travail au MMC / des casiers / ski room)

PENDANT l'événement:

- » Coordination générale de tous les sujets concernant les photographes
- » Gestion et emplacement des photographes sur la piste
- » Briefing et Débriefing quotidien de l'équipe volontaire
- » Coordination de l'attribution des casiers pour photographes (si fonctionnement avec clé: procédure de consigne)
- » Distribution quotidienne des sur-accréditations pour la reconnaissance des pistes
- » Rapport quotidien au Chef des Media
- » Présence à la reunion des Chefs d'équipes
- » Présence dans la Zone Mixte avant et pendant la course
- » Coordination de l'accès des photographes pour la cérémonie des fleurs et la cérémonie des vainqueurs

APRES l'événement:

- » Rapport écrit au Responsable Media

Profil:

- » Photographe professionnel, expérimenté en sports d'hiver
- » Connaissances du règlement du management des photographes qui assistent à une compétition de ski et du règlement FIS

1.3 Coordinateur TV/Radio

Responsable de:

- » Coordination entre LOC, détenteurs des droits et radiodiffuseurs-hôtes concernant tous les sujets TV – surtout infrastructures

AVANT l'événement le Coordinateur TV/Radio est en charge de:

- » Coordonner la remise des documents exigés de la LOC pour le guide TV
- » Présence aux réunions de production du RH
- » Plan de la Zone Mixte en coopération avec le RH / délégués FIS / Coordinateur Zone Mixte
- » Composition de la "Rate Card" en coopération avec les départements technologie et logistique
- » Mise à disposition des hôtels TV en coopération avec le responsable hébergement
- » Mise à disposition d'un service navette media pour les équipes TV adapté aux horaires de travail des accrédités TV
- » Coopération avec Chef des media pour mise à disposition du centre broadcast et aménagements TV
- » Former volontaires: définir des chemins d'accès précis pour service de livraison des résultats
- » Coordonner la partie LOC pour le "World Broadcaster Meeting" (Niveau 4)
- » Organiser cadeau media pour TV (accord avec Chef des Media)
- » Préparer procédure pour la collection des accreditations (par team-leaders)
- » Arranger sur-accréditations pour les zones de travail des accrédités TV (dossards/brassards)
- » Vérification du niveau de son et image dans l'Aire d'Arrivée avec RH

PENDANT l'événement:

- » Coordination générale de tous les sujets TV
- » Présence à toutes les réunions TV
- » Coordination de la distribution des forfaits de ski, des parkings et des cadeaux TV

APRES l'événement:

- » Rapport écrit au Responsable Media

1.4 Coordinateur Zone Mixte

Responsable de:

- » Aménager et installer les priorités d'accès des athlètes dans la Zone Mixte

AVANT l'événement:

- » Création du plan de la Zone Mixte en coopération avec le coordinateur TV/Radio, les délégués FIS et le RH
- » Coopération avec les départements technologie et logistique
- » Etudier les flux des différentes populations des accrédités (athlètes / équipes/ media...)
- » Prioriser flux d'athlètes
- » Mise à disposition d'un control d'accès
- » Ensurer point d'accès internet dans / à côté de l'Aire d'Arrivée
- » Former équipe de sécurité
- » Coordination de la mise en place des barrières
- » Vérification du niveau du son dans la Zone Mixte (haut-parleurs)
- » Participation aux réunions de production du RH

PENDANT l'événement:

- » Coordination générale de la Zone Mixte avec les délégués FIS
- » Réunion de présentation avec Attachés de presse des équipes
- » Liaison entre FIS / RH / athlètes / LOC
- » Connection radio permanente avec / FIS / teams / LOC
- » Coordination des flux d'athlètes
- » Participation aux réunions des Chefs des équipes
- » Si possible présence aux briefings quotidiens du RH
- » Rapport quotidien au Chef des Media

APRES l'événement

- » Rapport écrit au Responsable Media

Profil:

- » Le Coordinateur Zone Mixte devrait avoir de l'expérience dans le domaine et être connu par les athlètes, les équipes et les chaînes TV

1.5 Coordinateur Centre Media

Responsable de:

- » Main Media Center, Centre de Media Annexe et le service dans ces installations media

AVANT l'événement:

- » Former les volontaires media
- » Etablir un plan de travail pour l'équipe media
- » Etablir un système d'information (bannettes /tableau d'affichage) en coopération avec Chef des Media

Pendant l'événement:

- » Coordination générale du MMC / Centre Media Annexe
- » Assister Chef des media
- » Coordination de la rédaction des documents (communiqués de presse etc)
- » Responsable de la revue de presse quotidienne
- » En charge du bon fonctionnement des écrans TV (appeler assistance en cas de problème technique)
- » Assurer le service de nettoyage quotidien dans tous les espaces media
- » Assurer distribution de l'information
- » Superviser centre de reprographie et guichet d'information (information desk)
- » Assurer bon déroulement des conférences de presse
- » Contact pour incidents imprévus au MMC
- » Liaison avec département IT dans le cas de problèmes
- » Superviser catering / media lounge
- » Rapport quotidien au Chef des Media
- » Garantir les horaires d'ouvertures définis

APRES l'événement

- » Rapport écrit au Responsable Media
- » Analyse de la revue de presse

1.6 Volontaires Clés

Les tâches de l'équipe media peuvent être divisées en 5 catégories:

- Equipe Centre Media et Centre Media Annexe (Help desk/ service général/ media lounge)
- Equipe d'information (écriture/ traduction / runner de distribution/ photocopieur etc)
- Equipe web (écriture / traduction/ montage/ film et photo / media sociaux)
- Equipe conférence de presse (technicien/service)
- Equipe photographes (assistants et runners)

Les rôles suivants doivent être désignées à chaque niveau (Niveau 1 à 4) d'organisation:

- **Assistant Centre de Media / Centre de Media Annexe:**

Mission principale: assister Manager Centre Media. Help desk. Souvent demandes d'accréditations. Distribution d'information.

Profil: Compétences linguistiques en anglais

- **Assistant rédaction:**

Mission principale: Production d'information écrite. Écrire ou/et traduire. Pour documents, site internet, media sociaux...

- **Assistant photocopieur:**

Mission principale: Reproduction de tout genre de documentation

- **Assistant conférence de presse:**

Mission principale: assurer déroulement correct de la conférence de presse. Vérification de sécurité, éclairage, sonalité. Eau et fruits pour athlètes. Microphone pour questions du public.

- **Runner information:**

Mission principale: distribution des listes de départ et résultats et toute autre documentation au MMC/Annexe/IBC/TV Compound/ boxes commentateurs/Zone Mixte/ positions photo

- **Photo runner (Ski Alpin):**

Mission principale: collection des cartes mémoire photos sur piste. Assiste photo manager avant / pendant cérémonie des fleurs.

Profil: Niveau de ski excellent

Annexe 2 : Accès internet

WiFi de base ou autre accès internet doit être mis à disposition dans tous les espaces media gratuitement.

Dans tous les cas donner la priorité à la connexion dipsonible le plus rapidement. Les représentants media doivent être capables de commencer à travailler immédiatement en arrivant sur place.

Veuillez trouver une petite liste des points à considérer afin de procurer le meilleur service internet possible.

Il est recommandé que l'accès internet soit mis à disposition par une solution LAN (Local Area Network System). Le réseau doit être mis à disposition par WiFi. Idéalement le LOC ne doit pas proposer des lignes ADSL.

Wireless

Si un réseau WiFi est disponible, fournir l'information importante comme les codes de sécurité etc

Le réseau WiFi doit être assez performant pour que les points d'accès correspondent aux media accrédités.

Sur demande des accrédités media (par exemple agences de photo), le LOC doit mettre à disposition des lignes privées d'internet de haut débit (payantes).

Il est recommandé de fournir un point d'accès WiFi à proximité de la zone de travail des photographes dans la zone mixte.

Débits minimum:

Chiffres précis et plus d'information disponible: Août 2012

Accès:

L'accès internet doit être le plus facile possible et permettre d'utiliser des DHCP afin d'affectuer des adresses IP par exemple. Les utilisateurs doivent être capables de se connecter avec un minimum d'assistance.

Annexe 3: Consignes et règlement photographes sur piste 2012

Ci-après se trouve le règlement que tout photographe obtenant une sur-accréditation avec accès à la piste doit respecter lors de sa présence sur la piste. Dans le cas de non-respect d'une seule consigne de ce règlement, l'accréditation ainsi que la sur-accréditation (brassard / dossard) seront confisquées. Le jury de la compétition pourra également établir une sanction selon le règlement international de compétition (ICR), Article 223.

Toutes les sur-accréditations photo (par exemple brassards ou dossards) sont attribuées par le responsable media / responsable photographes lors de l'inscription. Le nombre de photographes autorisés sur la piste est déterminé par le Directeur de Course FIS. Le montant maximal est fixé à 40 mais pourra être soumis à des modifications dans des circonstances spéciales. Veuillez noter que selon l'article 14.1 du règlement de la Coupe du Monde FIS, "l'accès à la piste de compétition n'est uniquement possible que sur permission expresse du Directeur de Course FIS et après accord des organisateurs". Ce règlement a été établi pour garantir la sécurité de tous sur la piste de compétition et procurer les meilleures conditions de travail possibles pour toutes les parties.

Consignes photos sur la piste

- 1) Chaque photographe muni d'une sur-accréditation pour la piste doit avoir un NIVEAU DE SKI EXPERT ET ETRE MUNI DE CRAMPONS.
- 2) Afin d'avoir accès à la course, les photographes sont tenus de porter leurs accréditations et sur-accréditations de manière visible pour les équipes de contrôle d'accès.
- 3.) Tous les photographes sur piste DOIVENT OBLIGATOIREMENT être en place UNE HEURE AVANT LE DEPART DE LA COURSE. Quand les photographes accèdent à leur emplacement ils doivent toujours s'y rendre à l'extérieur des portes, jamais dans la trajectoire.
- 4.) Avant le départ de la course un membre du jury ou une personne qui est officiellement en charge de cette mission, effectue une inspection des positions photos afin de vérifier si tous les photographes sont aux postes prévus. Si jamais un membre de la jury ou un autre officiel de la course donne des instructions aux photographes pour libérer la position prise, le photographe doit le faire immédiatement.
- 5.) Tous les skis, sacs à dos et autres matériels non utilisés pour la prise des photos doivent être déposés derrière les installations de sécurité, dégagant toute zone d'action. Les skis doivent être posés à plat par terre.
- 6.) LES PIEDS POUR APPAREILS PHOTO NE SONT PAS AUTORISES SUR LA PISTE DE COMPETITION.
- 7.) Les photographes doivent rester sur leurs positions attribuées jusqu'à la fin de la course. Un changement de position pendant la course n'est pas autorisé. Les photographes sont censés quitter leur position seulement si instruction de le faire leur ait donnée.
- 8.) Les photographes sont priés de faire attention aux bannières des partenaires qui sont positionnées au bord de la piste et de ne jamais se positionner devant les bannières afin de ne pas gêner la visibilité télévisée. Les photographes doivent obéir aux instructions qu'ils reçoivent d'un membre du jury et se déplacer immédiatement dans ce cas.

LE REFUS D'APPLICATION DES CONSIGNES MENTIONNES CI-DESSUS PROVOQUE UNE CONFISCATION DE L'ACCREDITATION DE L'EVENEMENT ET DE POSSIBLES SANCTIONS PAR LA FIS.

3. Contenu proposé pour site internet de l'événement

GROUPE	CONTENU	COMMENTAIRE
Equipes	<ul style="list-style-type: none"> • Invitation de l'équipe • Réunions des Chefs d'équipes • Plans & Profils • Contacts importants • Lien vers inscription • Deadlines importantes • Informations de la compétition • Programme de course • Transport • Divers 	<ul style="list-style-type: none"> • Version PDF • PDF • Plans & profils des pistes des compétitions, boxes de fartage, courses d'entraînement et comment y aller, localisation du Race Office, Anti-Dopage, MMC etc • Contact des boxes de fartage, race office, comptoir transports, hébergement, police, docteur, etc. • Communication des changements de programme, entraînements officiels, etc. • Contact, agenda, points de pick up and drop off • Connection internet, météo, événements annexes
Spectateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Programme de compétition • Billetterie • Comment s'y rendre • Transport • Plans du site • Programmes des événements annexes 	<ul style="list-style-type: none"> • Programme de l'événement, événements annexes, concerts, etc. • Prix, ou acheter, etc • Plans, entrées, tribunes, points d'intérêts • Transport public, horaires, parkings, routes d'accès, fermetures de routes, information police
Media	<ul style="list-style-type: none"> • Invitations media • Localisation du MMC, Centre Media Annexe, Centre d'Accréditation • Horaires d'Ouverture • Programme de course (liens vers la section des équipes) • Information connections internet • Plans & profils • Fiche technique sur le site et l'événement • Transport • Hôtels, hébergement • Endroit téléchargement du logo, photos du site etc (en haute résolution) • Communiqués de presse 	<ul style="list-style-type: none"> • Version PDF , contact responsable Media et MMC • Plans, comment s'y rendre • Horaires d'ouverture du MMC et du Centre Media Annexe, du Centre d'Accréditation, du Race Office, etc • Wi-Fi, LAN, contact help desk, prix, solutions techniques et information débit • Plans des courses des compétitions et profils • Informations intéressantes sur le site, FAQ, etc • Contact , horaires, arrêts, prix, éventuellement contact voiture de location • Responsable hébergement, liste des hôtels etc
Information générale	<ul style="list-style-type: none"> • Actualités sur l'événement • Information sur les préparations • Photos et/ou vidéos • En coulisses 	
Sponsors	<ul style="list-style-type: none"> • Official World Cup Logo (avec lien hypertexte) • FIS Sponsor Logos (avec lien hypertexte) 	

