

	GdC	<h2>La gestion des stands fédéraux</h2>	<p><b>Fiche</b>          adoption : CD 15/03/2008          entrée en vigueur : 01/04/2008          validité : permanente          secteur : COM          remplace : -          nombre de pages : 1          annexe : 0</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	-----	---------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*5 grammes de plumes, des tonnes d'émotion*

### 1. OBJECTIF

- Participer à l'animation de l'événement et rencontrer les joueurs, le public et les institutionnels :
- Stand fédéral : permettre un point d'information et distribution de produits promotionnels.
  - Stand boutique : vendre des produits de la FFBA sur le site
  - Stand partenaire : assurer le service cordage et la vente des produits du partenaire

### 2. MISE EN ŒUVRE / ÉCHEANCIER

- |      |                                                                                                                               |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| J-60 | Prise de contact avec la FFBA afin de définir les besoins sur l'espace stand : dimension de l'espace / matériel nécessaire... |
| J-60 | Prise de contact avec la FFBA afin de confirmer la présence du partenaire sur l'événement.                                    |
| J-60 | FFBA entre en contact avec le partenaire pour définir la présence et les besoins.                                             |
| J-60 | Élaboration du plan d'aménagement de la salle par l'organisateur                                                              |
| J-30 | Envoi du plan et validation par le secteur Communication                                                                      |

### 3. IMPACT FINANCIER

L'espace ne sera pas délimité par des cloisons mais sera juste un espace mis à la disposition afin de réduire les coûts : le matériel mis à disposition sera celui disponible sur la salle (table, panneaux, chaises...)

Le coût total de cette action est nul (sous réserve que la salle dispose de ces différents éléments).

### 4. CONSEILS PRATIQUES

- Le stand fédéral devra être accolé au stand boutique fédérale et au stand événement et se situer dans la salle, proche de la zone d'accès public afin de favoriser les contacts.
- La zone de passage devra faire minimum 3 mètres de large afin de faciliter et respecter la distance de sécurité pour la zone de flux du public.
- Mise à disposition si possible et sur demande de la FFBA d'un écran pour la retransmission d'images.
- Envisager la mise à disposition de panneaux pour divers affichages.
- Prévoir les branchements électriques.
- Prévoir un local fermé pour le rangement du matériel la nuit.
- Dimension des stands :
- Stand Fédéral uniquement .....9 m2
  - Stand Fédéral avec Boutique Fédérale..... 12 m2
  - Stand Partenaire uniquement .....9 m2
  - Stand Partenaire avec Boutique Fédérale... 12 m2
  - Stand Fédéral et Événement ..... 15 m2

### 5. RELATIONS AVEC LA FFBA

Le plan de l'aménagement de la salle devra être transmis et validé par le secteur Communication de la FFBA selon les besoins évoqués par la FFBA.

Pour tout autre espace mis en place, l'organisateur devra recevoir un accord écrit de la FFBA, notamment afin de respecter l'exclusivité partenaire, clause du contrat.

### 6. OBLIGATIONS DE LA FFBA

Transmettre à l'organisateur les besoins (espace et matériel),  
 Valider le plan d'aménagement soumis par l'organisateur.