

COMITE DE DIRECTION DE LA LIGUE FÉMININE DE HANDBALL PROCÈS-VERBAL – RÉUNION DU 20 AVRIL 2026

Membres présents : Nodjialem MYARO (présidente de la LFH), Pascal BOURGEAIS (DTN de la FFHandball), Jean-Marie BRINON (président de la CNCG), Fabrice ARCAS (président de la COC), Pascal BOUCHET suppléant de Michaël BOUTINES (président de la CNA), Sébastien GARDILLOU (sélectionneur national de l'équipe de France A Féminine), Sophie PALISSE (représentante des clubs de D1F), Aurélien DURRAFOURG suppléant de Clément FORGENEUF (représentant des clubs de D1F), Guillaume MARQUES (représentant des clubs de D1F), Pascal JACQUET (représentant des clubs de D2F), Thibault DAGORNE suppléant de Clément ALCACER (représentant des entraîneurs), Paul CHUPIN suppléant de Victoire NICOLAS (représentante des joueuses).

Autres présents : Louis ANDRONACO, Florence BARO, Thibaut DAGORNE, Romane FRECON-DEMOUGE, Gaëlle GUESDON, Romain RAUSH, Cédric POUTHIER, Gwenhaël SAMPER, Antony TAHAR.

Membres excusés : Rémy LEVY (personnalité qualifiée), Gérard JUIN (représentant des médecins de clubs), Thierry WEIZMAN (représentant des clubs de D1F).

Le 20 avril 2026, le comité de direction de la LFH s'est réuni, sous forme de visioconférence. L'ordre du jour de la séance a porté sur les points suivants :

- Approbation du PV de la séance du 16 mars 2026 (vote)
- Approbation du PV de la séance du 26 mars 2026 (vote)
- Informations de l'IFFE sur la taxe d'apprentissage
- Point commercial LFH (demande de l'UCPHF visant à la mise en place d'une agence dédiée à la recherche exclusive de partenaires pour la LFH)
- Point d'information sur la médiatisation LFH 2026-27
- Point d'information sur l'écosystème digital LFH saison 2026-27
- Informations et questions diverses

La réunion a débuté à 12h00.

1) APPROBATION DU PV DE LA SEANCE DU 16 MARS 2026 (VOTE)

Les membres du comité de direction présents et représentés approuvent à l'unanimité (POUR 100%) le procès-verbal de la séance du 16 mars 2026. Ce document sera publié sur le site internet de la LFH.

2) APPROBATION DU PV DE LA SEANCE EXCEPTIONNELLE DU 26 MARS 2026 (VOTE)

Les membres du comité de direction présents et représentés approuvent à l'unanimité (POUR 100%) le procès-verbal de la séance du 26 mars 2026. Ce document sera publié sur le site internet de la LFH.

3) INFORMATIONS DE L'IFFE SUR LA TAXE D'APPRENTISSAGE

Romain RAUSH présente les évolutions 2026 liées à la collecte de la taxe d'apprentissage et rappelle le contexte général du dispositif : la FFHandball est habilitée à percevoir le solde de la taxe d'apprentissage en tant que CFA. Ce solde, versé une fois par an par les entreprises, correspond à une part de leur masse salariale que celles-ci peuvent flécher vers un organisme de formation entre la fin mai et la fin octobre. À défaut de fléchage, les sommes rejoignent un fonds commun redistribué ensuite par l'État aux organismes de formation.

Il précise deux particularités du dispositif de la FFHandball : d'une part, la possibilité pour les entreprises d'effectuer des versements sous forme de subventions en équipements ou matériels, déductibles du versement de l'année suivante ; d'autre part, la possibilité de répartir le fléchage entre deux organismes différents. Cela permet notamment aux clubs ou partenaires de clubs de conserver des engagements déjà existants avec d'autres organismes de formation.

Romain RAUSH évoque également une évolution réglementaire prévue en 2027 concernant les associations et fonds de dotation, qui impactera directement les clubs, comités et ligues employeurs. Une exonération demeurera toutefois possible pour les structures employant un apprenti en 2026.

Il revient ensuite sur les résultats de la collecte depuis son lancement en 2022. La Fédération est parvenue à augmenter progressivement les montants collectés jusqu'à atteindre 120 000 €, notamment grâce au travail de Pascal BOUCHET, de la Ligue Sud et du club de Mougins, identifiés parmi les principaux apporteurs d'affaires.

Romain RAUSH revient sur le principal objet de son intervention qui concerne le mécanisme de reversement de la taxe d'apprentissage aux structures contributrices. Désormais, lorsqu'un club apporte de la taxe d'apprentissage à la Fédération, qu'il s'agisse de sa propre taxe ou de celle d'un partenaire, 50 % des montants collectés lui sont reversés, tandis que 25 % sont affectés aux CFA fédéraux en région et 25 % au CFA fédéral national. À titre d'exemple, les clubs de Brest et du Havre ont fléché leur propre taxe d'apprentissage l'an dernier et ont ainsi bénéficié du reversement correspondant.

Romain RAUSH souligne l'importance du réseau des cabinets d'expertise comptable, identifié comme un levier particulièrement efficace. De nombreuses entreprises ne procédant à aucun

fléchage, les experts-comptables peuvent les sensibiliser et orienter leur taxe vers la Fédération. Il met également en avant le travail réalisé par les équipes de Cédric POUTHIER auprès du réseau partenaires de la Fédération et de la LFH, ainsi que la mobilisation plus large des clubs, comités, ligues et réseaux du handball.

Enfin, Romain RAUSH présente le calendrier 2026 de la campagne : ouverture de la plateforme le 26 mai, première phase de fléchage jusqu'à fin août, puis seconde période du 3 septembre au 21 octobre pour les entreprises n'ayant pas encore effectué leur choix. En début d'année civile suivante, la Fédération identifiera les structures contributrices afin de procéder aux reversements correspondants. Il conclut en rappelant qu'une adresse générique est mise à disposition des clubs souhaitant obtenir des informations complémentaires.

Sophie PALISSE interroge ensuite Romain RAUSH sur les modalités concrètes du reversement des 50 % de taxe d'apprentissage aux clubs, afin de confirmer qu'il ne s'agit pas d'un dispositif conditionné à des dépenses de formation ou de matériel.

Romain RAUSH confirme que le reversement prend bien la forme d'un versement financier direct. Il précise néanmoins que, lorsque les structures disposent de jeunes en formation, la Fédération privilégie la transmission de justificatifs, ce qui permet également de mieux tracer et justifier l'utilisation des fonds collectés. Il rappelle toutefois que le reversement n'est pas conditionné à la présence de personnes en formation : dès lors qu'une entreprise flèche sa taxe d'apprentissage vers la Fédération par l'intermédiaire d'un club, celui-ci perçoit automatiquement 50 % des montants fléchés.

Anthony TAHAR souligne l'importance de l'évolution du dispositif, notamment la possibilité de ne plus conditionner le reversement des 50 % à un engagement particulier des structures bénéficiaires. Il rappelle les échanges déjà menés avec Romain RAUSH sur la création d'un dispositif spécifique aux clubs professionnels, compte tenu du potentiel que représente la taxe d'apprentissage pour la FFHandball.

Il insiste sur le fait que l'enjeu principal réside davantage dans la mobilisation des réseaux de partenaires des clubs que dans le seul fléchage de la taxe des clubs eux-mêmes. Selon lui, cette dynamique pourrait permettre d'accroître significativement les montants collectés à l'avenir. Il s'interroge toutefois sur la capacité à obtenir un impact complet dès 2026, compte tenu des délais, tout en considérant que cette évolution va clairement dans le bon sens et ouvre des perspectives intéressantes pour les prochaines années.

Anthony TAHAR souligne également la nécessité d'anticiper davantage la communication autour du dispositif. Il rappelle qu'aujourd'hui, les clubs orientent majoritairement leur solde de taxe d'apprentissage vers des organismes de formation locaux, dans une logique d'économie territoriale. Dès lors, si l'objectif est d'encourager un fléchage plus national au bénéfice de la Fédération, il sera indispensable de sensibiliser les clubs bien en amont de la période officielle de collecte.

Il revient enfin sur l'évolution introduite par la loi de finances 2026 concernant les associations, précisant que ses effets sont immédiats pour les structures employeuses. En effet, même si la collecte interviendra en 2027 au titre de la masse salariale 2026, les périodes d'emploi concernées débutent dès mars 2026. Ainsi, sauf cas particuliers liés notamment à l'embauche d'apprentis, les clubs présents sont d'ores et déjà assujettis au versement de cette taxe.

Anthony TAHAR estime qu'il est important que l'ensemble des acteurs concernés puisse rapidement se réunir, y compris avec le secteur masculin, afin de construire un véritable dispositif commun dédié aux clubs professionnels et bénéfique pour l'ensemble des parties prenantes.

Romain RAUSH confirme les propos d'Anthony TAHAR concernant l'impact immédiat des évolutions introduites en 2026. Il rappelle que les employeurs versent déjà mensuellement la taxe d'apprentissage depuis le mois d'avril, ce qui signifie que certains dispositifs peuvent produire des effets dès à présent. Il précise notamment que le mécanisme de subvention en équipements ou matériels au bénéfice de la Fédération peut permettre de diminuer le solde dû en 2027, constituant ainsi un levier à court terme pouvant être présenté aux employeurs. Il souligne également que certains clubs entretiennent déjà des relations historiques avec des organismes de formation locaux et qu'il ne s'agit pas de remettre en cause ces partenariats. Selon lui, les deux dispositifs peuvent coexister : un club peut continuer à soutenir un organisme de formation local tout en mobilisant parallèlement ses partenaires économiques afin de flécher une partie de la taxe d'apprentissage vers la Fédération et bénéficier ainsi du reversement des 50 %.

Anthony TAHAR estime toutefois que le futur dispositif devra être suffisamment attractif pour compenser les habitudes et les relations déjà établies au niveau local entre les clubs et certains organismes de formation. Il rappelle que ces partenariats reposent souvent sur des liens humains et des collaborations inscrites dans la durée. Il considère que la suppression des conditions de reversement constitue une première avancée importante, mais souligne également que les clubs effectueront nécessairement une comparaison entre les bénéfices du dispositif local et ceux du dispositif national. Selon lui, cette réflexion pourrait conduire à envisager des mesures encore plus incitatives afin de permettre aux clubs d'adhérer pleinement au dispositif fédéral, tout en préservant les intérêts de la Fédération française de handball en tant qu'organisme collecteur.

Romane FRECON-DEMOUGE conclut en indiquant que les supports de présentation ainsi que les contacts de Romain RAUSH et de l'IFFE seront transmis à l'ensemble des clubs de LFH à l'issue de ce comité de direction.

4) POINT COMMERCIAL LFH

Cédric POUTHIER revient sur les échanges des derniers comités directeurs concernant la volonté d'explorer des alternatives dans la commercialisation des packages de la Ligue Féminine de Handball et dans la relation avec Sportfive. Il indique qu'un dialogue a été ouvert avec l'agence afin d'étudier la possibilité de mettre en place un système de sous-licences ou de sous-agences, permettant à d'autres acteurs de commercialiser les droits de la LFH sur le marché français. Les discussions avec Sportfive ont abouti favorablement et l'agence s'est déclarée ouverte à l'intégration de nouveaux apporteurs d'affaires, qu'il s'agisse d'agences ou de réseaux commerciaux issus des clubs de la LFH, afin de commercialiser des packages nationaux de la Ligue Féminine de Handball. Le dispositif prévoit une rémunération sous forme de commission pouvant atteindre 8 à 10 % pour l'apporteur d'affaires, représentant environ les trois quarts de la commission initialement perçue par Sportfive. Toutefois, afin d'assurer une mise en œuvre cohérente et d'éviter toute concurrence entre apporteurs d'affaires, Sportfive demeure le point d'entrée unique du dispositif. Ce rôle central permet de garantir que l'ensemble des acteurs disposent des offres et packages à jour, assurant ainsi une cohérence commerciale sur le marché.

Cédric POUTHIER souligne également l'importance d'encadrer les notions d'exclusivité sectorielle et de durée de mandat, afin d'éviter toute situation de concurrence entre plusieurs apporteurs d'affaires sur un même client. L'objectif est de préserver la lisibilité, le professionnalisme et la qualité de l'image de la LFH auprès des prospects et partenaires. Il précise qu'une première expérimentation a déjà été menée avec une agence parisienne, en lien avec Sportfive et Arnaud WEIL. Le dispositif est désormais ouvert à toute agence ou à tout réseau commercial de clubs souhaitant identifier des opportunités de partenariats nationaux pour la Ligue Féminine de Handball. Dans ce cadre, un mandat de commercialisation est établi, limité dans le temps et pouvant inclure une exclusivité sectorielle définie selon les besoins de l'apporteur d'affaires.

Cédric POUTHIER conclut en indiquant que ce cadre constitue une réponse concrète aux demandes exprimées ces derniers mois et vise à dynamiser la commercialisation des droits de la LFH.

Antony TAHAR souligne que ce cadre doit être compris dans le respect des engagements contractuels conclus avec Sportfive jusqu'en 2031 pour la LFH, et rappelle qu'il est naturellement complexe de remettre en cause des relations contractuelles structurées sur la durée. Il précise toutefois qu'aucun autre acteur alternatif à Sportfive n'a aujourd'hui été identifié par les clubs, et qu'il ne s'agit pas de substituer un opérateur à un autre. Selon lui, le sujet relève avant tout d'une réflexion stratégique collective du CODIR visant à renforcer la capacité de la Ligue Féminine de Handball à générer davantage de partenariats privés.

Il insiste sur l'enjeu central de ce développement : permettre de financer des actions structurantes et de renforcer les ressources humaines dédiées à la LFH. Il rappelle que la LFH, créée en 2007, ne disposait encore récemment que de deux salariés administratifs à temps plein comme à ses débuts, ce qui illustre le besoin de consolidation organisationnelle. Pour lui, le développement des ressources humaines internes est un levier essentiel de professionnalisation, de structuration et de rayonnement de la LFH.

Antony TAHAR met en perspective les chiffres actuels du partenariat privé : environ 13 millions d'euros pour la Fédération française de handball, dont 10 millions gérés par Sportfive, contre environ 400 000 euros pour la Ligue Féminine de Handball. Il souligne que cette situation ne remet pas en cause la qualité du travail réalisé par Sportfive ou par la direction marketing de la Fédération, mais met en évidence un déséquilibre structurel qui impacte directement la capacité de la LFH à développer ses projets. Il estime que l'enjeu n'est pas d'introduire des ajustements marginaux ou des solutions partielles, mais bien d'engager une évolution plus globale du modèle de développement. Il met en garde contre des approches jugées insuffisamment structurantes, qui pourraient conduire à des effets limités. Selon lui, l'objectif doit être de permettre au CODIR de prendre une décision ambitieuse et cohérente pour transformer durablement le modèle économique de la LFH. Enfin, il souligne que cette réflexion ne doit pas se traduire par une mise en concurrence désordonnée ou des initiatives isolées, mais par une décision collective visant à changer d'échelle dans le développement de la Ligue Féminine de Handball, afin de renforcer durablement son attractivité, son financement et son organisation.

Cédric POUTHIER précise que l'objectif de la démarche engagée est avant tout d'explorer des opportunités nouvelles afin de dynamiser la commercialisation et d'identifier des leviers de revenus complémentaires pour la Ligue Féminine de Handball. Il indique qu'il s'agit d'une première étape permettant d'ouvrir le champ des possibles en matière de développement commercial, sans modèle définitivement arrêté à ce stade.

Il souligne que des réflexions plus larges pourraient être menées à horizon 2031 sur un éventuel modèle disruptif de commercialisation du sponsoring en France, mais qu'il n'existe pas encore de cadre stabilisé sur ce sujet. Enfin, il observe que certaines agences, notamment parisiennes ou à dimension nationale, ne s'étaient jusqu'ici pas positionnées en raison de l'exclusivité accordée à Sportfive. L'ouverture progressive du dispositif pourrait donc permettre, à moyen terme, de faire émerger de nouveaux acteurs ou de nouvelles agences présentant une appétence particulière pour le sport féminin, offrant ainsi de nouvelles perspectives de développement pour la LFH.

Sophie PALISSE propose de travailler de manière plus approfondie sur les supports commerciaux produits par Sportfive, notamment les plaquettes, afin de les améliorer conjointement. Elle estime qu'une approche différenciée entre la Fédération française de handball et la Ligue Féminine de Handball pourrait être davantage valorisée, à condition d'être pleinement assumée et structurée, sans logique de compromis ou de traitement secondaire de la LFH. Elle considère que Sportfive dispose d'une forte expertise et rappelle les montants significatifs générés pour la Fédération, soulignant que leur capacité d'action se concentre naturellement sur les produits les plus identifiés. Elle plaide néanmoins pour une redéfinition plus claire de la stratégie de valorisation de la LFH au sein de cette offre globale, en assumant une véritable différenciation des produits plutôt qu'une hiérarchisation implicite. Elle insiste sur la nécessité de travailler cette approche en lien avec quelques clubs pilotes, afin de tester et structurer une démarche plus offensive, dans un contexte contractuel qui s'inscrit jusqu'en 2031. Selon elle, cette durée rend d'autant plus indispensable une réflexion active et continue pour éviter une stagnation du développement de la LFH.

Sophie PALISSE souligne également l'importance de ne pas considérer cette échéance comme une contrainte passive, mais comme un cadre dans lequel il est impératif de construire des solutions. Elle rappelle que le développement des ressources financières est un levier central pour les clubs et pour la ligue, et qu'il doit donc rester une priorité stratégique partagée. Elle interroge enfin le fonctionnement du dispositif d'apport d'affaires : dans le cas où un club ou un acteur identifie une opportunité commerciale pour la LFH, Sportfive prend en charge le dossier. Elle souhaite toutefois clarifier si, dans ce schéma, Sportfive bénéficie également d'une part financière sur les affaires apportées par des tiers, afin de bien comprendre la répartition économique globale du dispositif.

Cédric POUTHIER précise qu'un différentiel d'environ 2 à 3 % est appliqué dans le cadre de la gestion des différentes offres en amont, notamment pour couvrir le suivi des interfaces avec les apporteurs d'affaires. Il indique qu'au-delà de cet aspect, le dispositif repose surtout sur une logique incitative visant à favoriser la mobilisation d'apporteurs d'affaires, qu'il s'agisse d'agences ou de réseaux commerciaux de clubs. Il évoque également l'hypothèse selon laquelle des opportunités pourraient émerger via les régies commerciales des clubs. Dans ce cadre, il indique que la rémunération pourrait atteindre environ 10 % du deal pour un club apporteur d'une marque à dimension nationale, ce taux s'appliquant en particulier lorsque la valeur est générée par des réseaux régionaux ou interrégionaux. Il souligne toutefois que la structuration du dispositif nécessite une organisation rigoureuse, notamment en matière de gestion des mandats, de leur durée et de leur suivi administratif. Il insiste sur le fait que ces éléments requièrent du temps et des ressources humaines pour garantir un fonctionnement fluide et sécurisé.

Cédric POUTHIER ajoute que le dispositif repose également sur une logique de concurrence entre apporteurs d'affaires, plusieurs acteurs pouvant potentiellement travailler sur des marques similaires, y compris au sein de réseaux locaux ou régionaux. Cette dynamique vise à stimuler la prospection commerciale et à maximiser les opportunités de développement pour la LFH.

Sophie PALISSE insiste sur la nécessité de définir en amont les règles de fonctionnement du dispositif, même si certaines opportunités ne se concrétisent pas. Elle souligne l'importance d'une décision collective sur l'utilisation des futurs revenus générés par ces partenariats, que ce soit en matière de création d'emplois ou de redistribution, à l'image de dispositifs déjà mis en place par le passé. Elle rappelle qu'il est essentiel de stabiliser les règles dès la conception du dispositif afin d'éviter toute ambiguïté lors de sa mise en œuvre. Elle souligne que cette anticipation constitue une condition indispensable pour garantir la lisibilité et l'efficacité du modèle retenu, et invite l'ensemble des parties prenantes à se positionner clairement sur ce point.

Nodjialem MYARO rappelle que, par le passé, Thierry WEIZMAN et Gérard LE SAINT assuraient le rôle de référents sur les questions marketing. Elle invite à structurer davantage la démarche afin de ne pas rester passifs jusqu'à l'échéance de 2031, mais au contraire d'anticiper et de piloter activement les réflexions. Elle propose de s'appuyer sur ces deux présidents référents, aux côtés de Cédric POUTHIER et de la LFH, afin de définir collectivement les modalités de fonctionnement en cas d'arrivée d'un nouveau partenariat : répartition entre Sportfive, le club apporteur et les autres parties prenantes, ainsi que les principes de partage de valeur. Elle souligne également l'importance de définir en amont la philosophie de redistribution. Selon elle, il est essentiel d'anticiper ces règles, car une réflexion menée au moment de la concrétisation d'un partenariat risquerait d'être source de crispation. Elle plaide donc pour un cadrage préalable afin de sécuriser les différentes hypothèses.

Anthony TAHAR complète ces éléments en rappelant que l'enjeu central porte sur la création d'une structure commerciale véritablement dédiée à la LFH, plutôt que sur la multiplication d'acteurs ou d'agences indépendantes. Il souligne que la logique de mandatement pourrait, si elle est trop fragmentée, conduire à une complexification inutile du dispositif. Il précise qu'un modèle alternatif pourrait théoriquement consister en une agence unique disposant de mandats différenciés selon les droits concernés, mais que cette hypothèse reste prématurée. Dans tous les cas, la Fédération conservant la maîtrise de la commercialisation, il est essentiel de veiller à ne pas complexifier excessivement le dispositif par une multiplication des intermédiaires. Il estime que le CODIR doit se saisir pleinement de ces questions stratégiques, en interrogeant notamment le modèle marketing dans son ensemble : définition du produit, des valeurs associées, des droits commercialisables, des activations possibles, ainsi que du plan de promotion et de communication. Il insiste également sur la nécessité de revoir la question des exclusivités sectorielles, afin de les articuler avec les objectifs de développement de nouveaux partenariats privés. Cette réflexion doit intégrer la coexistence entre les exclusivités de la LFH et celles gérées par les clubs. Il rappelle pour finir que les enjeux de redistribution, de structuration des ressources humaines et de financement des actions de développement constituent des éléments centraux du modèle à construire, tant pour les clubs que pour le budget de la LFH.

5) POINT D'INFORMATION SUR LA MEDIATISATION LFH 2026-27

Gaëlle GUESDON présente la structuration du processus décisionnel sur HandballTV impliquant les trois entités que sont la FFHandball et les deux ligues. Elle revient rapidement sur les éléments relatifs à la diffusion, déjà partagés lors du précédent CODIR, en précisant que les chiffres n'ont pas évolué de manière significative. L'objectif de cette présentation n'est pas de revenir sur ces données, mais de remettre en perspective les contenus diffusés, dans la continuité des échanges, notamment en vue des réunions à venir avec les présidents et du séminaire administratif.

Elle rappelle les différents types de contenus produits : les matchs (en live et en replay), les autoproductions réalisées par les clubs et elle souligne la montée en puissance des contenus clubs, qui viennent désormais compléter les contenus officiels et permettent une double diffusion, renforçant ainsi la visibilité globale des clubs et des compétitions sur HandballTV.

Gaëlle GUESDON aborde ensuite le cœur du sujet relatif à l'avenir stratégique des diffusions de la Ligue Butagaz Énergie, avec l'avancée de la consultation audiovisuelle. Elle indique que le travail de rédaction est quasiment finalisé et en cours de validation par la direction juridique. Un groupe de travail dédié à la diffusion sera prochainement lancé afin de poursuivre les échanges de manière opérationnelle avec l'ensemble des parties prenantes. Elle précise que la consultation a été pensée dans une logique d'ouverture, permettant à l'ensemble des prestataires de proposer des solutions adaptées. L'objectif est de conserver une approche non fermée, afin de comparer différentes offres et de sélectionner la plus pertinente. Elle insiste notamment sur la volonté de ne pas s'enfermer dans une solution unique, telle que celle des caméras automatiques, même si cette piste reste étudiée. En effet plusieurs ligues rencontrent aujourd'hui des limites liées à ces équipements, notamment en termes d'obsolescence ou de fonctionnalités limitées. L'enjeu est donc d'élargir les options possibles, y compris vers des solutions alternatives pouvant offrir une meilleure qualité ou un meilleur rapport coût/performance. L'objectif est de lancer la consultation d'ici la fin du mois, début du mois de mai, afin de permettre une sélection du prestataire courant juin et une mise en œuvre opérationnelle dès l'été, pour une disponibilité complète dès la rentrée suivante. Elle précise également que cette évolution doit permettre de dégager du temps pour renforcer l'accompagnement de la D2 féminine, tout en maintenant le développement structuré de la D1.

Enfin, elle évoque les évolutions de HandballTV, indépendamment de la consultation à venir. Une application dédiée pour les télévisions connectées est en cours de développement afin d'améliorer l'accessibilité des contenus. L'objectif est d'offrir une expérience de visionnage plus confortable et plus fluide, quel que soit le support utilisé. Ainsi que le développement du pay-per-view et d'une simplification des parcours d'accès aux contenus. Ces améliorations visent à augmenter la consommation des matchs et à faciliter l'organisation d'événements, y compris au niveau local. Elle conclut en indiquant que ces évolutions ont été pensées pour renforcer la qualité globale de l'offre et répondre aux attentes exprimées par les utilisateurs.

Sophie PALISSE demande des précisions sur le calendrier de déploiement des caméras, dans le cadre de la retransmission de l'ensemble des matchs de la saison prochaine. Elle indique avoir initialement compris que l'option retenue portait exclusivement sur des caméras automatiques installées dans toutes les salles.

Gaëlle GUESDON précise qu'il s'agissait effectivement de l'hypothèse de départ, jugée pertinente, mais que plusieurs éléments ont conduit à ouvrir la réflexion : retours d'expérience d'autres ligues, échanges avec les prestataires, ainsi que des contraintes liées au financement, notamment le positionnement de l'ANS sur l'achat de matériel. L'objectif n'est donc pas d'écarter cette solution, mais de maintenir une ouverture afin de retenir la meilleure option possible en termes de qualité, de coût et de durabilité.

Sophie PALISSE interroge ensuite l'impact financier du projet, rappelant qu'un investissement initial d'environ 300 000 euros avait été évoqué pour ce dispositif de caméras automatiques, et s'interroge sur une éventuelle remise en cause de ce modèle en lien avec les contraintes de subvention.

Gaëlle GUESDON précise que la réflexion ne se limite pas à une contrainte financière, mais intègre également un enjeu de performance et de pérennité des équipements, certains dispositifs devenant rapidement obsolètes après installation dans d'autres structures. Elle confirme l'hypothèse du déplacement d'un prestataire sur chaque match avec son matériel.

Sophie PALISSE s'interroge sur la nécessité de maintenir leurs propres équipements (que ce soit sur une utilisation en semaine ou lors de la rencontre).

Gaëlle GUESDON indique que cet usage a bien été intégré dans la réflexion, en lien avec la DTN, et pris en compte dans la consultation en cours. L'objectif est de garantir une utilisation des outils au-delà de la simple diffusion, notamment pour les besoins des entraîneurs et l'analyse de performance via Dartfish. Les retours des entraîneurs consultés sont globalement positifs sur l'exploitation de ces contenus, y compris lorsque des ralentis sont disponibles. L'ambition est de concevoir un dispositif global, dit « 360 », permettant à la fois de faciliter la diffusion des matchs et de réduire la charge organisationnelle pour les clubs, notamment en limitant les besoins en RH et en matériel.

Guillaume MARQUES demande une clarification sur cette notion de couverture (100% des matchs), en interrogeant la différence entre la diffusion de l'ensemble des matchs et la diffusion de tous les matchs respectant le règlement (notamment en lien avec le tracé unique). Il souligne que, dans une logique de développement, une mise à disposition partielle ou optionnelle ne répondrait pas pleinement à l'intérêt général.

Romane FRECON-DEMOUGE indique que ce point relève du règlement marketing et communication LFH, qui encadre les conditions de diffusion, et confirme que les modalités seront rediscutées lors du groupe de travail médiatisation du lundi suivant.

Nodjialem MYARO entend le message et reconnaît la nécessité de clarifier ce cadre. Elle propose que la réunion du lundi permette de poser des règles homogènes afin de garantir un traitement équitable entre les clubs. Elle suggère également qu'un point de suivi soit réalisé à l'issue de cette réunion, afin d'acter les décisions prises et, si nécessaire, d'organiser un temps d'échange complémentaire pour valider les positions arrêtées. Elle rappelle enfin l'importance d'une participation large des clubs à ces échanges, afin d'assurer une compréhension et une adhésion collective aux décisions prises.

Fabrice ARCAS établit un lien avec les enjeux de médiatisation, en revenant sur les demi-finales de Coupe de France disputées récemment. Il souligne que deux belles affiches ont eu lieu mais regrette que les deux rencontres n'aient finalement pas été retransmises en raison de l'absence de tracé unique. Il estime que cette situation soulève un véritable sujet de fond et appelle à une position claire sur les conditions de diffusion. Selon lui, si l'ambition est de valoriser pleinement les compétitions, la non-diffusion de rencontres majeures comme des demi-finales constitue un manque important.

Aurélien DURAFFOURG rejoint cette analyse. Il précise que, contrairement à certaines idées reçues, le tracé unique n'était pas nécessaire pour permettre la diffusion de ces rencontres dans le cadre de la Coupe de France. Selon lui, l'absence de diffusion s'explique davantage par le choix de HandballTV de ne pas produire une rencontre sans tracé unique et le choix des clubs recevant de ne pas autoproduire, ce qui prive l'ensemble des acteurs, notamment les supporters des équipes visiteuses, d'accès aux rencontres. Il profite également de son intervention pour saluer les évolutions observées du côté de la LNH, notamment la diffusion simultanée de plusieurs matchs

permettant la création de formats multiplex de qualité sur HandballTV. Il encourage la LFH à accélérer ses réflexions sur ce type de produit, qu'il juge particulièrement pertinent et attractif.

Anthony TAHAR complète les échanges en rappelant que, dans le cadre des travaux menés avec le groupe de travail calendrier, une réflexion approfondie a déjà été engagée sur l'évolution de la formule de la compétition de la coupe de France. Il insiste sur la nécessité de poursuivre ce travail dans les prochaines semaines, en intégrant non seulement les aspects sportifs, mais également les dimensions financières et marketing. Il souligne que la situation des demi-finales non diffusées met en lumière un enjeu majeur de valorisation des compétitions et appelle à une cohérence globale entre les différentes réglementations. Il rappelle l'importance des passerelles existantes entre la réglementation LFH et celle de la Coupe de France, et plaide pour une approche harmonisée.

Guillaume MARQUES indique avoir reçu un courrier précisant que, les conditions n'étant pas réunies pour la diffusion du match Dijon-Chambéry, aucune retransmission ne serait assurée, ni sur HandballTV ni sur d'autres supports. Il souligne toutefois ne pas disposer de davantage d'explications sur cette décision ni sur son origine exacte.

Gaëlle GUESON précise que la communication a été transmise directement via HandballTV. Elle rappelle que, comme évoqué précédemment, la diffusion par HandballTV était conditionnée à l'existence d'un tracé unique sur les deux rencontres. En l'absence de ce tracé, la production n'a pas été assurée par la plateforme, même si les clubs avaient la possibilité de produire et diffuser eux-mêmes dans le cadre du règlement applicable.

Nodjialem MYARO interroge alors la nature exacte de cette contrainte, s'étonnant du fait qu'elle ne soit pas strictement réglementaire.

Gaëlle GUESDON précise qu'il ne s'agit pas d'une interdiction formelle inscrite dans le règlement, mais davantage d'un positionnement lié à la stratégie de diffusion et aux exigences de production d'HandballTV. Elle indique que ce sujet s'inscrit également dans un contexte plus large d'harmonisation du produit audiovisuel, en lien avec les attentes des différentes entités et notamment la LNH, qui privilégie une cohérence de production via le tracé unique afin de garantir un niveau de qualité homogène.

Nodjialem MYARO ajoute qu'au-delà des aspects réglementaires et techniques, la question relève également d'une stratégie globale de visibilité du handball féminin. Elle estime regrettable d'avoir eu deux demi-finales d'un côté sans aucune diffusion de l'autre, et considère qu'une réflexion plus large aurait pu être menée afin de préserver l'exposition des compétitions. Elle pose ainsi la question de savoir si le critère du tracé unique doit réellement primer sur tous les autres enjeux de visibilité et de valorisation.

Guillaume MARQUES estime pour sa part que le sujet doit désormais être tranché collectivement. Il souligne que, selon les projections actuelles, Dijon pourrait être le seul club à ne pas disposer du tracé unique la saison prochaine, ce qui lui semble problématique au regard du statut du club, engagé sur la scène européenne, finaliste de Coupe de France et organisateur d'un Final Four européen.

Il considère que les arguments financiers ou techniques avancés pour justifier l'absence de tracé unique ne lui paraissent pas pleinement convaincants. Il rappelle notamment que le club est en capacité d'installer le dispositif en coupe d'Europe lorsque celui-ci est obligatoire. Selon lui, il s'agit

donc avant tout d'un choix stratégique du club, qui privilégie certaines priorités au détriment de l'intérêt collectif et de la valorisation globale du championnat.

Sophie PALISSE nuance toutefois cette analyse en rappelant que les arbitrages des clubs peuvent parfois répondre à des contraintes plus complexes. Elle souligne néanmoins qu'il existe aujourd'hui un réel engouement autour du visionnage des matchs et que les attentes des supporters évoluent fortement. Selon elle, le public souhaite désormais avoir accès à l'ensemble des rencontres et non plus uniquement aux matchs de son propre club. Elle estime ainsi qu'il devient indispensable de tendre vers une diffusion généralisée des rencontres, avec un niveau de qualité homogène, afin de répondre aux nouvelles attentes du public et de continuer à développer l'attractivité du championnat. Elle souligne également que les premiers retours semblent démontrer une progression de l'intérêt autour des diffusions actuelles.

Guillaume MARQUES poursuit en expliquant que la diffusion des rencontres représente également une opportunité importante pour les clubs eux-mêmes. Il évoque notamment la possibilité d'organiser des événements autour des matchs diffusés, à destination des partenaires, supporters ou collectivités, permettant ainsi de développer de nouvelles sources de revenus et de renforcer l'engagement autour des équipes. Il regrette toutefois que certaines situations viennent fragiliser cette dynamique, notamment lorsque l'absence de diffusion empêche les clubs de construire des opérations de valorisation autour de rencontres majeures. Il considère qu'il existe aujourd'hui une différence de traitement entre les compétitions européennes, pour lesquelles les exigences sont pleinement respectées, et les compétitions LFH, ce qui nuit selon lui à la crédibilité et à la cohérence du produit global.

Anthony TAHAR conclut les échanges en revenant plus largement sur l'avenir de la Coupe de France. Il rappelle que des réflexions ont déjà été engagées avec les différentes instances sur l'évolution de la formule de la compétition et estime nécessaire d'y intégrer également une réflexion approfondie sur les enjeux de diffusion et de médiatisation. Il souligne que la situation vécue cette saison ne pourra pas se reproduire durablement, notamment lorsque des demi-finales de Coupe de France féminines se retrouvent absentes du paysage médiatique alors que les rencontres masculines bénéficient d'une forte exposition. Il évoque alors plusieurs pistes de travail, notamment la possibilité de mettre en place des obligations progressives de diffusion et de production à partir de certains stades de la compétition, à l'image de ce qui existe déjà en European League. Selon lui, cette approche permettrait de mieux structurer le produit Coupe de France et de garantir une exposition cohérente et valorisante des rencontres les plus importantes.

Fabrice ARCAS insiste sur la nécessité absolue de ne pas revivre une nouvelle saison avec des demi-finales de Coupe de France non diffusées. Selon lui, cette situation doit désormais constituer un point de vigilance partagé par l'ensemble des acteurs. Il estime qu'une réflexion pourrait être engagée à partir des quarts de finale, stade auquel les clubs européens entrent dans la compétition et où les affiches prennent une dimension particulière en matière de visibilité et de valorisation. Il évoque même, à titre de réflexion personnelle, l'idée d'inverser les rencontres lorsqu'un club ne respecterait pas les conditions nécessaires à la diffusion, tout en reconnaissant le caractère volontairement extrême de cette hypothèse. Il rappelle également que, côté masculin, les problématiques rencontrées récemment étaient d'une autre nature, liées notamment à la simultanéité des rencontres. En revanche, concernant les compétitions féminines, il estime indispensable de trouver rapidement une solution, qu'elle soit réglementaire ou organisationnelle, afin de garantir la diffusion des rencontres à partir de l'entrée des clubs européens dans la compétition. Il précise que ce sujet dépasse le seul cadre réglementaire et ne peut relever uniquement de la COC. Selon lui, la réflexion devra associer à la fois les dimensions réglementaires,

marketing et stratégiques afin de construire une approche cohérente autour de la compétition et de sa diffusion.

Guillaume MARQUES indique qu'il ne souhaite pas que les discussions se concentrent sur des mécanismes correctifs visant à gérer les situations de non-respect des règles. Selon lui, la priorité doit être de fixer un cadre clair et applicable à tous peut-être à partir des quarts de finale. Il rappelle que des affiches majeures ont déjà eu lieu dès les quarts de finale cette saison et qu'il aurait été particulièrement dommageable qu'elles ne puissent pas être diffusées correctement. Selon lui, l'objectif ne doit pas être d'imaginer des sanctions ou des inversions de rencontres, mais simplement de parvenir à une situation où tous les matchs puissent être diffusés dans des conditions homogènes et qualitatives.

Il souligne également que de nombreux clubs ont consenti des investissements importants ces dernières années afin de se conformer aux exigences de diffusion et de tracé unique. Il considère dès lors qu'il ne serait pas cohérent de revenir aujourd'hui sur cette philosophie pour quelques clubs qui rencontreraient encore des difficultés d'application.

Aurélien DURAFFOURG apporte un éclairage complémentaire en estimant qu'une clarification stratégique est désormais indispensable concernant l'objectif poursuivi par la LFH et les instances fédérales. Selon lui, il est essentiel de déterminer précisément si l'ambition consiste à diffuser 100 % des matchs de LFH, quelles que soient les conditions, ou bien uniquement 100 % des matchs respectant l'ensemble des critères de diffusion définis. Il souligne que ces deux approches impliquent des conséquences très différentes, tant sur le plan réglementaire que sur les investissements à réaliser. Il rappelle notamment que certains clubs pourraient encore rencontrer des contraintes structurelles ou logistiques la saison prochaine, qu'il s'agisse d'infrastructures partagées, de clubs promus ou d'impossibilités techniques temporaires. Il estime donc nécessaire que les objectifs soient clarifiés rapidement afin d'éviter toute ambiguïté sur les exigences attendues.

Guillaume MARQUES partage cette analyse et considère qu'il est indispensable de préciser clairement la commande politique et stratégique autour du projet de diffusion. Selon lui, si des investissements importants sont réalisés pour équiper les salles et installer des dispositifs de captation, il serait difficilement compréhensible que certains matchs continuent malgré tout à ne pas être diffusés en raison de l'absence de tracé unique.

Nodjialem MYARO estime qu'il devient désormais nécessaire de sortir du cadre du CODIR pour ouvrir un espace de travail spécifique permettant de poser clairement l'ensemble des enjeux et de définir un cadre partagé. Elle rappelle également que plusieurs clubs ont investi depuis plusieurs années dans des sols et dispositifs répondant aux exigences de diffusion, parfois au prix d'efforts financiers importants ou de concessions sportives.

Guillaume MARQUES conclut en indiquant qu'il ne souhaite pas voir émerger une philosophie consistant à relativiser ces exigences alors que de nombreux clubs ont précisément structuré leur organisation autour de ces contraintes. Selon lui, avec un championnat désormais réduit à douze clubs, il est essentiel que chacun respecte les mêmes règles afin de garantir la cohérence, la crédibilité et la qualité du produit LFH.

6) POINT D'INFORMATION SUR L'ECOSYSTEME DIGITAL LFH SAISON 2026-27

Gaëlle GUESDON présente ensuite les avancées concernant les outils numériques de la LFH. Elle explique qu'un important travail a été engagé avec une agence afin de recoder toute la partie statistique du site internet pour la saison prochaine. L'objectif est de disposer d'un site plus fiable, plus stable et surtout évolutif, permettant de construire de nouvelles fonctionnalités dans de meilleures conditions. En parallèle, la LFH développe également, avec des prestataires freelances, une plateforme davantage orientée vers les clubs. L'idée est de créer un véritable outil de travail collaboratif et de relation entre la ligue et les clubs, afin de centraliser l'ensemble des informations et des procédures au même endroit.

Gaëlle GUESDON insiste sur la volonté de simplifier les échanges et d'éviter les difficultés rencontrées actuellement : boucles de mails interminables, informations qui se perdent, clubs qui ne disposent pas tous du même niveau d'information ou découvrent certains sujets en cours de route. Cette plateforme doit permettre à chacun, clubs comme service LFH, d'avoir une vision globale et partagée des différents dossiers.

L'outil centralisera notamment les validations marketing, les demandes de modification de protocole, l'accès aux documents et aux espaces de stockage, aujourd'hui parfois compliqués à gérer via le Drive avec des problèmes de connexion ou de droits d'accès selon les clubs. L'objectif est aussi de fluidifier la diffusion des actualités et des contenus pratiques. Des tutoriels seront progressivement intégrés, notamment pour les postes opérationnels : utilisation de MomentsLab, gestion des statistiques etc. Chaque club disposera d'un accès personnalisé à son espace, avec l'ensemble des informations regroupées au même endroit.

Enfin, elle compare le projet à certains outils déjà développés dans d'autres ligues, notamment le Hub de la LNH, tout en précisant que la plateforme LFH intégrera également une forte dimension opérationnelle, avec par exemple tout le suivi des BAT et des procédures administratives.

7) INFORMATIONS ET QUESTIONS DIVERSES

Gwenhaël SAMPER rappelle que, comme cela avait déjà été indiqué aux membres du Codir, des procédures disciplinaires ont été engagées suite aux croisements de fichiers sur les paris sportifs et que les audiences disciplinaires devraient se tenir au cours du mois de mai. Elle précise toutefois qu'une attention particulière sera portée à l'anonymisation des clubs et des personnes concernées. L'objectif étant surtout de pouvoir établir prochainement un état des lieux plus global : comprendre les orientations qui se dessinent et réfléchir collectivement aux moyens d'améliorer la prévention et la sensibilisation autour de ces sujets sensibles.

Dans cette perspective, un travail a déjà été engagé avec l'Autorité Nationale des Jeux afin d'identifier les dispositifs et accompagnements qui pourraient être proposés à l'ensemble des acteurs : joueuses, entraîneurs ou dirigeants. L'enjeu est de renforcer collectivement les actions de sensibilisation et les outils de prévention.

Antony TAHAR indique que l'UCPHF se tient naturellement à disposition pour participer à la réflexion sur les contenus pédagogiques et les interventions auprès des différents publics concernés. Il

profite également de ce point pour revenir sur l'intervention d'Arnaud ROUSSEL, auditionné lors d'un précédent Codir afin de présenter un dispositif d'accompagnement et de services à destination des clubs. Il demande si une orientation ou une suite concrète a depuis été donnée à cette présentation.

Nodjialem MYARO répond qu'elle avait compris que la démarche devait ensuite venir du Codir et des clubs eux-mêmes. Selon elle, Arnaud ROUSSEL avait avant tout présenté les outils et les possibilités d'accompagnement envisageables, charge ensuite aux acteurs de la LFH de se saisir du sujet et d'exprimer leur volonté d'avancer sur certains axes. Elle précise avoir personnellement échangé avec lui à l'issue de sa présentation afin de le remercier et de lui indiquer qu'un retour lui serait fait si le sujet avançait, mais qu'à ce stade aucun feedback concret n'avait été formulé. Elle insiste néanmoins sur le fait qu'il n'est pas trop tard pour relancer cette réflexion, Arnaud ROUSSEL ayant manifesté sa disponibilité et sa volonté d'accompagner la LFH.

Thibaut DAGORNE précise qu'il souhaite clarifier un point sur les travaux réglementaires et plus particulièrement sur la question des contrats de 9 heures, évoqué lors des précédents échanges autour de l'avenant signé par les partenaires sociaux. Selon lui, la volonté des clubs et des représentants impliqués n'a jamais été d'intégrer ces contrats de 9 heures dans les exigences du cahier des charges fédéral en matière d'ETP. L'objectif était uniquement de sécuriser juridiquement et techniquement ces contrats afin de permettre leur validation dans un cadre clair, notamment lorsqu'ils sont liés à une formation scolaire, universitaire ou professionnelle, ou à une activité complémentaire. Il rappelle qu'il s'agissait avant tout d'un sujet de procédure et de conformité juridique, visant à permettre aux clubs d'appliquer correctement l'avenant adopté par la commission paritaire, et non d'un changement politique sur les critères réglementaires des cahiers des charges.

Antony TAHAR complète ce point en expliquant que les instances fédérales ont désormais arrêté leur position politique sur le sujet. Il estime donc que le débat ne porte plus aujourd'hui sur l'intégration éventuelle de ces contrats dans les cahiers des charges, mais bien sur les modalités techniques de validation et d'application de ces contrats de 9 heures à l'approche de la prochaine saison.

Nodjialem MYARO confirme alors qu'un temps d'échange spécifique sera prochainement organisé avec la CNCG ainsi qu'avec les élus et présidents des différents secteurs concernés. L'objectif sera d'améliorer la coordination entre les différentes instances, de clarifier les modalités de travail communes et de distinguer clairement les aspects politiques des aspects purement techniques.

Antony TAHAR conclut en revenant sur les travaux du Conseil stratégique. Il rappelle que plusieurs recommandations produites par cette instance n'ont pas encore été pleinement étudiées collectivement et qu'il sera nécessaire d'organiser rapidement un groupe de travail ou un temps d'échange dédié. Selon lui, certaines recommandations pourraient être mises en œuvre dès la saison prochaine, tandis que d'autres relèvent d'évolutions plus structurelles qui nécessitent d'être anticipées dès maintenant en vue des saisons 2027-2028 ou 2028-2029. Il insiste sur le fait que les réflexions engagées par le Conseil stratégique ne sauraient se limiter aux seules mesures déjà adoptées lors du dernier Conseil d'administration fédéral et qu'un travail de fond reste à mener collectivement sur ces orientations stratégiques.

Nodjialem MYARO clôt la séance de ce Comité de direction à 13h35.