HAL
open science

La communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique

Amélie Schollhammer

To cite this version:

Amélie Schollhammer. La communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique. Sociologie. 2014. hal-02096178

HAL Id: hal-02096178

https://hal.univ-lorraine.fr/hal-02096178v1

Submitted on 11 Apr 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ DE LORRAINE

AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-memoires-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4
Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10
http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php
http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm

Master
« Conduite de Projets & Développement des Territoires »

Spécialité « Conduite de Projets en Sport, Santé et Territoire »
Parcours «Management et Communication du Sport»

Mémoire de fin d'études présenté pour l'obtention du grade de master

La Communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique

Présenté par

Amélie SCHOLLHAMMER

Maître de stage:
Gaël MEYER, Cadre Technique fédéral et Coordonnateur ETR, Comité de Lorraine de Gymnastique, Tomblaine.

Guidant universitaire:
Joël GAILLARD, Enseignant, UFR STAPS, Nancy.

Juin 2014

Remerciements

J'adresse ci-dessous tous mes remerciements aux personnes qui m'ont aidé dans la réalisation de ce mémoire.

Mes remerciements se dirigent tout d'abord vers Monsieur le Président, Claude Wilinski, pour m'avoir donné l'opportunité de travailler au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique et de m'épanouir dans le rôle de chargée de communication.

J'adresse un grand merci à Gaël, mon tuteur de stage, qui m'a grandement éclairé dans mes recherches, m'a apporté beaucoup de connaissances sur le milieu technique de la gymnastique, et m'a fait partager son réseau plus que précieux.

Je remercie Élodie, assistante de direction du Comité de Lorraine de Gymnastique, qui a su me donner un regard critique et constructif sur toutes mes productions.

Je remercie le corps enseignant pour tous les apports de connaissances qui m'ont permis de faire naître et aboutir ce mémoire.

Enfin, je remercie ma famille et Arnaud, pour le soutien, la critique et les relectures durant toute l'élaboration de ce mémoire.

A Gaël,

« Les ordinateurs de bureau présentent d'intéressantes possibilités de communication professionnelle. Vous pouvez coller les "Post-it" au bord de l'écran ! »

Dave Barry

Sommaire

REMERCIEMENTS 1

SOMMAIRE 4

INTRODUCTION 5

PARTIE 1 : LA COMMUNICATION 8

PARTIE 2 : LE DIAGNOSTIC 18

PARTIE 3 : LES SOLUTIONS 43

CONCLUSION 57

SOURCES - BIBLIOGRAPHIE 58

RECUEIL DE CITATIONS 59

TABLE DES MATIERES 60

ANNEXES 63

Introduction

La communication est aujourd'hui l'un des piliers majeurs du développement d'une entreprise, d'une instance territoriale, ou encore ici dans notre cas, d'une association.

Malgré une prise de conscience, le Comité de Lorraine de Gymnastique[1] n'a pour le moment pas pu se pencher, faute de moyens financiers et humains, et surtout de temps à lui attribuer, sur la communication interne et externe de sa structure. D'autres objectifs majeurs ont pris le dessus quant à l'épanouissement de la communication, par choix volontaires d'ordre de priorité pour l'association.

Cette prise de conscience de la nécessité de la communication mûrie et prend forme à sa manière depuis quelques années au fil des dirigeants. Au sein des projets majeurs du nouveau bureau directeur[2], et insufflée par la Fédération Française de Gymnastique[3] depuis peu[4], il est temps qu'elle voit le jour de manière féconde et justifiée. C'est aussi pourquoi le Comité de Lorraine de Gymnastique a pris la décision de mettre toutes les chances de son coté au profit de sa communication avec la création d'un pôle communication au sein de son association.

Le développement et la mise en place de cette communication est ici l'objet d'étude de ce mémoire. Il nous semble alors nécessaire d'étudier et de disserter sur l'éventuelle future existence d'une communication aboutie et adaptée, sous ses différentes formes et différents niveaux, ainsi que des méthodes de mise en place et des attentes de résultats de celle-ci au sein de l'association du Comité de Lorraine de Gymnastique.

Plusieurs interrogations sont alors survenues sur l'existence de la communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique, devenue dorénavant indiscutable pour la survie identitaire au sein de nos sociétés actuelles, et une question essentielle s'est alors dessinée de manière évidente. C'est ainsi que nous exposons la problématique suivante :

Comment une communication adaptée va-t-elle permettre au Comité de Lorraine de Gymnastique de véhiculer son image, ses valeurs et transmettre les directives de la Fédération Française de Gymnastique au sein du territoire lorrain (Comités départementaux[5] et Clubs[6]) ?

[1]Comité de Lorraine de Gymnastique : Association de la loi de 1901, créée en avril 1945.
[2]Bureau directeur élu pour la période 2012 / 2016, sous la présidence de Mr Claude WILINSKI.
[3]Fédération Française de Gymnastique (FFG) : Instance Nationale Française, la FFG est une association fondée en 1873, reconnue d'utilité publique le 12 avril 1903.
[4]Lancement du nouveau logotype de la FFG en décembre 2013 et de sa nouvelle charte graphique en février 2014.
[5]Comités Départementaux : la Meurthe-et-Moselle et la Meuse, la Moselle, puis les Vosges.
[6]61 Clubs lorrains affiliés FFG sur le territoire.

Avec l'appui de définitions de la communication et de ses déclinaisons fonctionnelles et identitaires, nous allons dans une première partie identifier l'histoire de la communication générale. Nous nous arrêterons sur la communication des associations, qui est ici la forme adaptée à notre structure qu'est le Comité de Lorraine de Gymnastique.

Nous identifierons également plusieurs niveaux de communication, et ce afin de mettre en évidence les différentes actions de communication et leurs outils à mettre en place.

Suite à une étude critique de la structure et une identification précise des actions déjà mises en place, nous pourrons établir et présenter un diagnostic quant à l'existence de la communication, ses enjeux, et ses résultats attendus. Nous évaluerons la volonté existante de tous les niveaux quant à la communication, afin d'en tirer des remédiations adaptées. Nous étudierons également les menaces mais surtout les atouts insufflés par les instances ascendantes[7] et descendantes[8] du Comité de Lorraine de Gymnastique. Et ce afin d'optimiser l'harmonisation de la communication, par conséquent de l'information et de l'image, au sein des différents niveaux de la Fédération Française de Gymnastique.

Enfin, appuyé par les connaissances théoriques et par le diagnostic réalisé, nous pourrons proposer en troisième et dernière partie des champs d'actions, des solutions et des remédiations afin de faire de la communication un pôle primordial à l'existence évidente, au sein de l'association du Comité de Lorraine de Gymnastique. Les solutions seront apportées sur chaque domaine, thème et niveau, à la fois par différents niveaux d'actions et d'enjeux, par priorité, et par différents niveaux d'applications dans le temps, et ce par soucis d'échelonnement humain, budgétaire et temporel.

[7]Instances ascendantes : la Zone Est, puis la Fédération Française de Gymnastique (FFG)
[8]Instances descendantes : les Comités Départementaux (Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle et Vosges, puis les Clubs lorrains

« La communication est une science difficile.
Ce n'est pas une science exacte.
Ça s'apprend et ça se cultive.»

Jean-Luc Lagardère

I La communication

Pièce maîtresse dans le développement de l'entreprise ou de l'association aujourd'hui, la communication n'a pas toujours eu ce sens hier. L'évolution des sociétés et des technologies a fait d'elle un terme lui-même évolutif.

Nous définirons d'abord le terme de communication au fil du temps et de son inscription dans l'histoire. Nous explorerons son domaine d'application dans le monde associatif, duquel nous identifierons ses différentes formes, ses différents types, ainsi que ses différents niveaux d'existence et niveaux d'application. Puis sont exécuterons une liste non exhaustive des possibles outils de communication généraux.

1 Définitions et Histoire

La communication cache plusieurs significations et admet plusieurs types de définitions. Nous allons chercher à identifier la définition qui correspondra à notre objet de travail, mais aussi déterminer son histoire, sa naissance et le cheminement de son existence par les évolutions.

a) Définition de sens communs

« **Communication** : Le fait d'établir une relation avec (qqn, qqch). (…) *Scientifique*. Toute relation dynamique qui intervient dans le fonctionnement. »

« **Communiquer** : Faire Connaître (qqch à qqn). (…) Faire partager. (…) Rendre commun à ; transmettre (qqch). »[9]

« **Communication** : Action d'être en rapport avec autrui, en général par le langage : échange verbal entre un locuteur et un interlocuteur dont il sollicite une réponse. (…) Action de mettre en relation, en liaison, en contact, des choses. »

« **Communiquer** : Faire passer qqch, le transmettre à qqch d'autre. (…) Faire partager à qqn un sentiment, un état (…). (…) Entrer en contact avec qqn, lui faire part de sa pensée, de ses sentiments. »[10]

[9]Définition du dictionnaire Le Robert.
[10]Définition du dictionnaire Larousse.

« **Communication** : 1. Action, fait de communiquer, d'établir une relation avec autrui. *Être en communication avec quelqu'un*. (…) 2. Action de communiquer, de transmettre qqch à qqn ; son résultats. Communication de masse : ensemble des moyens et des techniques permettant la diffusion de messages écrits ou audiovisuels auprès d'un public plus ou moins vaste et hétérogène. 3. Fait pour qqn, une entreprise, d'informer et de promouvoir son activité auprès du public, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique. 4. Ce qui permet de joindre deux choses, deux lieux, de les faire communiquer. »

« **Communiquer** : v.t. 1. Faire passer qqch d'un objet à l'autre, d'une personne à une autre ; transmettre. 2. Donner connaissance, faire partager à qqn. v.i. 1. Être en communication, être relié par un passage, une ouverture. 2. Être en relation, en rapport, en correspondance avec qqn. 3. Communiquer sur qqch, le faire connaître au public par l'intermédiaire des médias. »[11]

« La **communication** est l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un. Elle peut aussi désigner l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène ou l'action pour quelqu'un ou une organisation d'informer et de promouvoir son activité auprès d'autrui, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique. »[12]

« **Communication** : Fait de manifester sa pensée ou ses sentiments, par la parole, l'écriture, le geste, la mimique, dans le but de se faire comprendre. *Scientifique*. Processus par lequel une source d'informations A tend à agir sur un récepteur d'informations B de manière à provoquer chez celui-ci l'apparition d'actes ou de sentiments permettant une régulation des activités de B ou du groupe auquel appartiennent A et B. (E ; Henriquez, 1971) Ensemble des dimensions de notre monde réel qui résultent du fait que les « entités » en général entrent en relation les unes avec les autres et se mettent à agir les unes sur les autres. (P. Watzlawick, 1881). »[13]

Grâce à ces différentes définitions, nous pouvons établir, qu'il est nécessaire d'avoir une relation entre au moins deux personnes, deux choses ou deux groupes, pour que la communication existe. C'est grâce à cette relation que le message ou l'information va pouvoir circuler et agir auprès de l'interlocuteur récepteur.

Nous pouvons également, avec ces nombreuses définitions, admettre que le sens de la communication, bien que rudimentaire à la base, peut se mouvoir en une multitude de facettes. Chaque définition se voudra adaptée au contexte et à la perception personnelle de chacun.

[11]Définition du dictionnaire Petit Larousse 2003.
[12]Définition Wikipédia.
[13]Définition de R. Legendre, du dictionnaire actuel de l'Education.

b) Naissance et histoire de la communication

L'histoire de la communication est aussi ancienne que l'histoire de l'humanité. Depuis le commencement, depuis que l'homme vit en groupe, il a eu un nécessaire besoin de communiquer.

Des codes[14] ont alors été mis en place au fur et à fur. L'histoire de la communication connue donc plusieurs étapes majeures tout au long de sa croissance. Le stade de l'oralité fut le premier, qui suppose des relais continus entre émetteur et récepteur dans l'espace et le temps. C'est ensuite l'écriture qui succéda. Elle permit une communication discontinue et différée, dans le temps et dans l'espace entre l'émetteur et le récepteur.

Le développement des moyens de transports fut une grande avancée en termes de communication. L'homme se déplace rapidement et l'information aussi. De nombreuses avancées sont notables, telles que l'apprentissage de la montée à cheval, l'invention de la roue, la navigation, la machine à vapeur, l'avion, la photo, l'électricité, internet,... Autant d'étapes de développement pour les sociétés que pour la communication qui s'est vu se modifier et se décupler.

L'apparition des médias fut également une étape notable dans l'histoire de la communication. On note l'apparition de nouveaux niveaux et nouveaux types de communication. La théorie de la communication quant à elle, est apparue dans les années 1945-1950, en même temps que la théorie de l'information.

Les outils se développent et ceux de la communication avec l'apparition des nouvelles technologies. On assiste à une multitude de naissance d'outils de communication, et pour chacun autant de manière de les utiliser que de les mettre en œuvre.

Aujourd'hui encore, les formes de la communication ne cessent d'évoluer et de devenir des plus innovantes.

c) Les principaux domaines de la communication

La science de la communication est très vaste et s'étale sur plusieurs niveaux, on peut y distinguer plusieurs domaines.

La communication interpersonnelle, formalisée au cours du XXème siècle, est fondée sur l'échange de personne à personne, à tour de rôle, dans une relation linéaire ou la rétroaction est facilitée.

La communication de groupe est un processus où l'information part de plus d'un émetteur à un groupe d'individus bien défini, par le biais d'un message ciblé sur leur compréhension et leur culture. Le message est adapté. Cette forme de communication est apparue avec les formes modernes de culture, dont la publicité ciblée est le plus récent des moyens. Elle se situe entre la communication interpersonnelle et la communication de masse. Plus la taille des groupes est grande, sa fonction complexe ou la personnalité des personnes qui le composent particulière, plus la

[14] *Histoire de la communication*, Maurice FABRE.

communication deviendra complexe. Dans ce niveau de communication, on peut distinguer la communication interne, de la communication externe.

Dans la communication de masse, c'est un émetteur ou un groupe d'émetteurs, qui s'adresse à un groupe de récepteurs moins bien ciblés que dans la communication de groupe. La compréhension du message est donc considérée comme moins bonne et la rétroaction est souvent impossible. On voit ce type de communication émerger avec la massification des sociétés, la consommation de masse, la généralisation du libre-service, l'allongement du réseau de distribution et l'apparition de média à sens unique comme la télévision ou la radio.

2 La communication des associations

a) Définition

La communication des associations est la communication mise en œuvre par une association pour se doter d'une identité distincte, la faire connaître et la valoriser auprès de cibles ou de segments de cibles distincts.

Aujourd'hui, on peut constater que les organisations associatives empruntent de manière plus récurrente la communication marketing d'entreprise. Le monde de l'association se professionnalise[15] pour une bonne partie depuis quelques années, et les besoins s'accroissent avec ces évolutions. La notion de communication apparaît récurrente et devient de plus en plus nécessaire, voire inévitable afin d'appuyer le bon développement de ces organisations.

Cependant, il est nécessaire de noter qu'une association n'est en aucun cas une entreprise. Elle y emprunte seulement quelques traits, notamment ici, selon notre objet d'étude, des formules ou techniques de communication.

Comme toute structure, il est important de définir une politique de communication et de bâtir celle-ci selon des caractéristiques bien particulières, à la l'association même, au personnel, aux bénévoles, à l'activité, aux territoires, aux volontés politiques, et bien d'autres encore, qu'il est indispensable de prendre en compte.

Selon l'objet d'étude de ce mémoire et les caractéristiques de l'association qu'est le Comité de Lorraine de Gymnastique, nous allons nous intéresser à la communication interne et la communication externe. Il existe bien des domaines et des axes dans la communication, telles que la communication financière, la communication de crise, la communication produit, la communication marketing, la communication événementielle...

[15]Source plaquette La Région Lorraine, Bénévolat Associatif.

3 Les différentes sortes de communication

Nous pouvons distinguer deux spécialités de communication, qui possèdent des publics différents, des mises en place différentes et des finalités différentes.

a) La communication externe

La communication externe regroupe l'ensemble des actions de communication mises en œuvre à destination des publics externes à l'organisation. C'est un moyen qui va permettre de faire connaître l'organisation, ses actions, ses enjeux. On parle le plus souvent d'image, de renforcement de la notoriété.

Le mot d'ordre est l'existence. Une association, ou une organisation quelle qu'elle soit, doit se faire connaître et parler d'elle, se montrer afin d'exister. La communication va permettre la reconnaissance des actions et l'identification de l'organisation.

Pour ce faire, une multitude moyens de communication externe existent afin faire véhiculer son image.

L'identification visuelle en est une. L'organisation doit être reconnaissable visuellement. On parle alors de logotype, de charte graphique, de symbole, de couleurs. L'organisation doit se rendre indentifiable, ce qui pourra exacerber l'action de communication externe qu'elle va effectuer. Différentes sortes de supports de communication sont alors utilisés pour diffuser l'image de l'organisation et ses informations.

La relation partenariat en est une autre. C'est une manière d'exister dans la cours des organisations. L'action de travailler ensemble, de manière donnant-donnant, va créer une contenance, une force pour l'organisation. Le choix de ses partenaires est primordial quant à l'image qu'elle souhaite véhiculer. Nous parlons ici d'image de marque. Signer un partenariat avec une entreprise leader, peut permettre de créer une notoriété et une assurance en communication externe.

La relation média, dite relation publique, est un moyen qui va permettre de véhiculer l'information, et avec elle l'image de l'organisation. C'est un des moyens à ne pas négliger, car vivre par les médias peut garantir une communication externe forte. Cependant ce moyen est à surveiller de près, car l'image positive peut tout aussi devenir négative en peu de temps, et peut créer des dommages collatéraux communicationnels trop importants et parfois irrémédiables. Nous parlons alors de réputation.

La relation dite relation client, est également une communication à part entière. Nous parlerons ici, dans notre cas, de relation adhérents. Ces derniers doivent se sentir soutenus, aider, afin de

perpétuer leur engagement envers l'organisation. Ce sont eux, qui vont être les indicateurs de la température de la bonne santé de l'organisation et quantifié celle-ci.

Quant aux actions menées, elles vont être la démonstration du dynamisme de l'organisation. Elles vont pouvoir quantifier la notoriété de l'image véhiculée.

Tous ces axes de communication externe sont des axes que les organisations doivent étudier avec soin et mettre en place avec réflexion. Il est long et difficile de se détacher des conséquences d'une mauvaise communication mise en place.

b) La communication interne

Autre grand secteur de la communication, la communication interne est un ensemble de principes d'actions qui se produisent à l'intérieur de l'organisation[16].

Indicateur de la bonne portance de l'organisation, elle va également être le thermomètre des relations internes du personnel de l'association ou de l'entreprise. La communication interne est nécessaire à la simplification des relations et des tâches. En effet, l'image et les enjeux de l'organisation seront d'autant plus clairs que la communication interne sera saine. Les désaccords, et la mauvaise compréhension due à une mauvaise communication interne, peut entrainer des fautes, des confusions, notamment sur les enjeux de la communication externe par exemple.

La communication interne est nécessaire dans l'organisation d'une association, dans notre cas. Elle va permettre la fluidité de l'information et la meilleur compréhension des celle-ci. Nous pouvons brièvement parler de niveau dans la communication interne, notamment entre la direction et les exécutants. Si l'information est claire, l'image de l'organisation n'en sera que plus clairement véhiculée par le personnel de l'organisation.

c) La professionnalisation de la communication des associations

On observe la professionnalisation des entreprises à partir de l'apparition des ONG.[17] De nombreuses associations à caractère international, telles que Greenpeace ou le WWF, sont nées suite à la création de ce statut dans les années 1980.

De là, le monde associatif s'est vu peu à peu se professionnaliser sur le modèle des entreprises, notamment en terme de communication. Plus courants sont, les postes salariés de chargée de communication au sein des associations. Cette tendance s'est vu naître de par la recrudescence de l'importance de la communication au sein des organisations, dans le but de leur survie.

---

[16]Thierry Liabert, M.H.Wesphalen, Communicator.

[17]Tiré de l'exposé, Communication des associations : spécificités par rapport à la communication d'entreprise.

En effet, la communication externe et interne étant nécessaire à la bonne transmission de l'image de l'organisation, le temps de la professionnalisation de ce pôle est arrivé, amenant avec lui les travers de la communication d'entreprise non adaptée au monde associatif. C'est alors que la formation se distingue.

Le monde associatif empreinte seulement les traits nécessaires à la communication d'entreprise, pour l'adapter à son milieu. Le milieu associatif se dote alors peu à peu de personnes formées à la communication pour ce milieu si particulier, car elle se distingue en deux points du monde entrepreneurial.

Dans un premier point, le financement en est différent, l'association est financée par les pouvoirs publics et l'adhésion de ses sympathisants. Dans un second point, la communication associative vise à créer et entretenir du lien entre les adhérents et l'association, entre les permanents et les bénévoles, entre les gestionnaires et les bénéficiaires de fonds récoltés et des services offerts.

d) Acteurs et objectifs

La communication a pour objectif de valoriser l'image et les performances de l'organisation et de fédérer les collaborateurs autour d'enjeux clairs et mobilisateurs. La communication fait aujourd'hui partie de tous les champs d'activité : l'entreprise, la politique, la culture, la finance, la vie associative et représente un facteur clé du développement des organisations.

Selon la taille de l'organisation, la fonction professionnelle ou non est exercée soit par un collaborateur polyvalent, soit par des cadres spécialisés, parfois organisés en tant que département ou pôle autonome.

La communication doit être dédiée afin de réaliser la bonne mise en œuvre et d'en assurer le bon fonctionnement. C'est un axe dense d'une organisation, qui ne permet pas le droit à l'erreur. Les conséquences d'une mauvaise communication sont plus longues à effacer que celle d'une communication inexistante.

4 Les outils de mise en œuvre de la communication

a) Définir une stratégie de communication

Dans un premier temps, il est nécessaire d'élaborer une stratégie de communication. Il est important de se poser la question du positionnement de la fonction de la communication dans l'association. Il faut alors définir les rôles et missions des personnes dédiées ou du service dédié à la communication.

Il est ensuite nécessaire d'auditer les dispositifs de communication mis en place et d'en faire un diagnostic.

Pour ce faire, il est nécessaire d'évaluer et de recenser toutes les actions de communication et de ressources de communication existantes, ainsi que d'en évaluer leur efficacité. Une identification des forces et des faiblesses de la communication en place est nécessaire afin de la comprendre et d'en comprendre sa mise en place.

Vient ensuite le temps de définir une stratégie de communication. Suite à l'identification du contexte et des enjeux de l'association et leurs impacts sur la communication, on peut en définir une stratégie globale adaptée à ces mêmes contextes et enjeux. Des axes de communication prioritaires sont alors à défini, et ce afin de pouvoir choisir un positionnement et un territoire d'image cohérent avec l'identité de l'association. Afin de garder un cheminement clair et compréhensible de tous, il est aussi indispensable de construire une cartographie de l'ensemble des cibles et de formaliser la stratégie obtenu dans un document clair et convainquant.

b) Concevoir et décliner son plan de communication

Pour concevoir et formaliser le plan de la stratégie de communication, il est indispensable de décliner tous les axes de la stratégie en objectifs à atteindre.

Dans un premier point, il faut segmenter, qualifier et définir le comportement attendu des publics cibles.

Ensuite, il faut définir les objectifs opérationnels et les résultats attendus une fois le but atteint. Des indicateurs de réussite doivent donc être définis, et l'évaluation de ceux-ci pourra se faire par des modalités d'évaluation, internes ou externes.

L'identification des thèmes de la communication va permettre de formuler des messages communicationnels à diffuser, ainsi que de choisir les actions à mettre en œuvre et les médias à utiliser en fonction du couple objectif/cible.

Enfin, un budget doit être établi par actions globales, ainsi qu'un échelonnement dans le temps.

Il est toujours nécessaire de formuler son plan de communication de manière claire et synthétique, afin de permettre la réutilisation, l'évaluation de l'avancement, et la reprise du projet. Il est primordial d'en faire un outil de pilotage opérationnel et transmissible.

c) Mettre en œuvre son plan et ses actions de communication

Il est important de mixer les différentes ressources de la communication externe, et ce afin d'obtenir une diversité et également des plans de secours en cas de contretemps.

La relation presse doit être développée, tout en connaissant parfaitement les règles et les outils offerts. Sans connaissances exactes, un risque de mauvais relais de l'information risque d'arriver.

Le sponsoring, le parrainage et le mécénat peuvent participer au développement de la notoriété de l'association et valoriser son image.

Il est également indispensable et primordial de renforcer les liens avec les cibles par les relations publiques. Nous pouvons parler ici par exemple d'évènementiel.

Le choix des médias est important dans le sens où ils doivent être adaptés à la diffusion de l'information souhaitée, cela va également permettre d'optimiser les ressources de l'association.

Enfin pour finir, la communication qui s'offre à nous aujourd'hui, qui qui doit être maîtrisé parfaitement au risque d'une mauvaise e-réputation indénouable, est la communication internet et des réseaux sociaux.

Dans le cas de la présence d'un service de communication, il est important de faire réaliser ses actions de communications et de savoir piloter ses prestataires. Pour ce faire, la rédaction de cahier des charges précis est requise. Des réunions et des consultations sont nécessaires à la construction d'un panel varié de fournisseurs et de prestataires. La personne en charge de la communication doit également être capable de justifier ses choix et ses refus, ainsi que d'établir et respecter des règles telles que le respect du budget, le contrôle de qualité ou encore l'atteinte des objectifs.

La mise en place d'une stratégie de communication est longue et réfléchie. Dans notre cas, nous allons réaliser une étude et un diagnostic de l'association du Comité de Lorraine de Gymnastique, afin de pouvoir en tirer des axes adaptés de communication.

« La tendance, chez nous, c'est...
de faire de l'économie du diagnostic
et de monter en épingle la petite intuition géniale
qui a surgi le matin même. »

Nicole Notat

II Le diagnostic

1 Analyse du secteur associatif sur le territoire lorrain

En Lorraine, le secteur associatif s'impose en nombre d'employeurs, et aussi en volume d'emplois avec 82,7% du total de l'économie sociale. L'importance du secteur associatif est plus marquée en Lorraine que dans les régions limitrophes. Sa part au sein de l'économie sociale est de 68,5% en Alsace, 71,3% en Champagne-Ardenne et de 73,1% en Bourgogne. Seule la Franche-Comté se rapproche de la Lorraine avec 80,9%. [18]

« Le Conseil Régionale de Lorraine accompagne les acteurs associatifs qui participent au développement de projets et d'initiatives dans les domaine économiques, sociaux, culturels et sportifs. Ils sont au cœur de la cohésion territoriale et de l'innovation sociale nécessaire au bien-vivre ensemble. »[19]

La Région Lorraine est une région dont le tissu associatif est riche et affiche un dynamisme remarquable jusqu'aux quatre coins des départements qui la composent. Le monde associatif est un atout indéniable pour la Lorraine. Certains chiffres clés peuvent le démontrer. En 2011, la Lorraine comptait entre 32 000 et 36 000[20] associations en activités. A travers leurs actions, ces associations permettent l'attractivité et la cohésion des territoires. Elles possèdent également un rôle économique essentiel et constituent un véritable levier d'initiatives, d'activités et d'emplois. La dynamique est marquée par une volonté de près de 45% des dirigeants associatifs[21] d'envisager de nouveaux projets pour les années à venir.

Forte de son dynamisme, et chiffres à l'appui, la Région Lorraine se mobilise en faveur des associations, grâce à un ensemble d'outils financiers comme Lorraine Emploi et L'initiative Régionale pour le Lien Social (IréLiS). La Région Lorraine fixe ses priorités[22], dont l'amélioration de la gestion associative et l'acquisition de nouvelles compétences. Le dispositif FRDVA (Fonds Régional de Développement de la Vie Associative) va permettre à la Région Lorraine de développer la vie associative de la région, en soutenant des plans d'actions innovants, dont des prises d'initiatives dans le domaine de projets sportifs et culturels.

En accords parallèles, la Commission Territoriale du CNDS (Centre National pour le Développement du Sport) en Lorraine a décidé de mettre en œuvre une mesure incitative en prévoyant des crédits fléchés emploi à hauteur de un million d'euros en 2014.

[18]Données tirées de l'INSE.
[19]Le mot du Président. Jean-Pierre MASSERET, Président du Conseil Régional de Lorraine.
[20]Source plaquette La Région Lorraine, Bénévolat Associatif.
[21]Source plaquette La Région Lorraine, Bénévolat Associatif.
[22]Source plaquette La Région Lorraine, Vie Associative.

Il s'agit d'une réelle opportunité afin de pouvoir bénéficier des aides de l'État pendant quatre années, aides qui peuvent être complétées de façon concomitante avec les aides du Conseil Général de Lorraine.[23]

Après analyse de ces constats et de ces chiffres, nous pouvons émettre l'hypothèse que le territoire lorrain est grandement favorable à l'expansion du terrain associatif, dont le terrain associatif sportif. Ce constat va nous aider à appuyer les prises de décisions du Comité de Lorraine de Gymnastique en termes de développement de la communication, d'un plan d'action, et de l'implantation de son pôle de communication dans son association.

2 Analyse générale du Comité de Lorraine de Gymnastique

a) Analyse de la structure

Le Comité de Lorraine de Gymnastique est une structure déconcentrée de la Fédération Française de Gymnastique, créée le 17 novembre 1945, sous la loi des associations de 1901[24].

Depuis 2000, elle se situe à la Maison Régionale des Sports de Lorraine, à Tomblaine, depuis la création même de celle-ci. Véritable carrefour des associations et des ligues sportives, la Maison Régionale des Sports favorise la mutualisation des moyens et le développement du dynamisme sportif en Lorraine en termes d'action, de dynamisme et d'image.

Composée d'une assistante de communication depuis son déménagement à la Maison Régionale des Sports en 2000, le Comité de Lorraine de Gymnastique a vu gonfler son effectif par l'embauche d'un Coordonnateur Technique Fédéral en 2008. On constate un réel équilibre dans la répartition des tâches de travail, pour permettre le bon développement de l'association et sa pérennisation.

D'ici août 2014, le Comité de Lorraine de Gymnastique proposera une ouverture de poste consacré à la conduite de projet et à la communication. Une troisième personne sera donc amenée à travailler en collaboration avec le duo existant. C'est une démarche qui montre le besoin en communication et la volonté de développer celle-ci. Nous explorerons et analyserons cette démarche plus tard dans le plan.

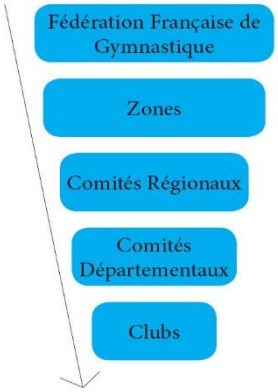
Outre le plan salarial, le Comité de Lorraine de Gymnastique, comme toute association, est géré de par les décisions d'un bureau directeur élu[25] et d'un bureau technique élu, appuyés par différentes commissions[26]. Sept commissions composent le Comité de Lorraine de Gymnastique, réparties par pôles afin de prendre les décisions spécifiques et servir la diffusion d'information par disciplines. On note les commissions suivantes : La commission des juges, la commission de

[23]Source de Jean-Marc Poinsot. DRJSCS de Lorraine.
[24]Informations du Journal Officiel.
[25]Élu tous les 4 ans (cycle olympique), ici pour 2014-2016.
[26]Composées de volontaires

formation, la commission excellence, la commission compétition, la commission technique, la commission labellisation et enfin la commission communication. Autant de commissions qui seront nécessaires à la transmission du message et à la mise en commun des axes de travail spécialisé.

On note la présence de la commission communication, qui traduit une volonté d'action de la part du Comité de Lorraine de Gymnastique.

b) Les missions du Comité de Lorraine de Gymnastique



Le Comité de Lorraine de Gymnastique est un point de relais et a pour missions d'assurer le lien descendant et ascendant, entre les Comités départementaux et clubs lorrains, et la Fédération Française de Gymnastique. La Fédération transmet ses directives et sa politique aux comités régionaux qui sont en charge de les transmettre au niveau local.

Dans notre cas, le Comité de Lorraine de Gymnastique chapeaute 3 Comités Départementaux, qui sont le Comité Départemental de la Moselle, le Comité Départemental des Vosges et le Comité Départemental de la Meurthe-et-Moselle et de la Meuse. Historiquement, le Comité départemental de la Meuse n'a jamais existé en tant qu'entité et a toujours été rattaché à celui de la Meurthe-et-Moselle de par le bureau directeur.

A l'échelle locale, ce sont aussi 61 clubs lorrains, soit près de 13 000[27] licenciés, qui sont soutenus et accompagnés par le Comité de Lorraine de Gymnastique.

L'organisation du championnat et de la mise en place du calendrier compétitif est d'une des trois missions principales que s'est fixées le Comité de Lorraine de Gymnastique. Parmi les deux autres, on compte la mise en place des formations, tant au niveau des pratiquants qu'au niveau des encadrants, et enfin le développement des activités gymniques. La promotion de la gymnastique est l'un des points clés de l'existence du Comité de Lorraine de Gymnastique, elle en est la vitrine.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique prône également des valeurs qui sont les reflets de son dévouement pour la promotion de la gymnique. Le Haut-Niveau est un secteur destiné à préparer l'élite, le Comité est donc chargé de soutenir ses champions lorrains pour les faire briller sur le plan national et international. Enfin, la Gym pour Tous, est une valeur plus vaste, qui touche le plus large public. Cette valeur sert la promotion de la pratique gymnique pour le plus grand nombre.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique, en plus de ce qui a été cité ci-dessus, a pour principal rôle de faire respecter les axes de développement et l'image véhiculée par la Fédération Française de Gymnastique, de les appliquer et les faire appliquer au niveau régional. Il est une composante indissociable de l'entonnoir fédéral sportif de la gymnastique en France.

[27] Chiffres 2014.

c) L'image perçue

L'image perçue va pouvoir nous donner une idée de l'image que reflète le Comité de Lorraine de Gymnastique auprès des différentes cibles, comme les décideurs lorrains et instances gouvernementales lorraines, ou encore auprès de ses clubs adhérents. Mais nous interrogerons aussi le personnel, qui nous donnera son image perçue du Comité de Lorraine de Gymnastique. Nous pourrons alors déterminer si un décalage existe ou non.

Selon la vision des décideurs lorrains, le Comité de Lorraine de Gymnastique est perçu comme une entité régionale active et propulseur d'idée et de dynamisme pour la promotion de l'activité gymnastique.[28] Elle prend également part dans l'économie associative lorraine.

De par ses nombreuses manifestations régionales soutenues, le Comité de Lorraine de Gymnastique est donc considéré comme actif sur le territoire sportif lorrain.

On peut aussi constater et mesurer l'intérêt porté par les instances gouvernementales régionales par leur complète présence lors de l'Assemblée Générale.

D'après un sondage[29] effectué auprès des clubs lorrains[30], nous pouvons en tirer les commentaires suivants qui pourront nous aider à conclure sur l'idée de l'image perçue extérieure.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique est perçu comme,

---

une équipe dynamique, et à l'écoute des clubs. Toujours disponible pour nous conseiller et nous soutenir,

---

nous répondent plusieurs clubs lorrains. On note donc une image positive perçue en terme de communication envers et pour les clubs.

De nombreuses manifestations régionales sont proposées, mais pas toujours dans le sens de la promotion de la gymnastique, mais plutôt dans le sens de la satisfaction de ses licenciés,

---

nous font savoir quelques clubs.

[28]Sources tirées d'entretiens avec les dirigeants et personnels travaillant au sein du CROSL (retour sur les autres instances).
[29]Sondage en annexe, 1ère partie, réalisé sur la période de juin 2014. Formes Diagrammes.
[30]Échantillon tiré des 61 clubs lorrains.

Le Comité est toujours présent sur toutes les compétitions régionales organisées, et soutient le club organisateur dans la logistique et l'organisation aussi bien en amont que sur place. Les nombreuses formations et dispenses de stages ravissent bon nombre de clubs et de licenciés et cela peut être justifié par les nombreux résultats nationaux obtenus ces dernières années.

Cela fait bien longtemps que nous n'avons pas autant brillé sur le plan national. C'est une année riche en résultats et nous devons mettre cela en avant,

---

nous confie Gaël Meyer, cadre technique fédéral du Comité de Lorraine de Gymnastique. Cependant on peut noter que ces actions sont ressenties par les clubs comme peu ou mal réparties sur le territoire lorrain.

On peut donc déjà avancer une problématique territoriale dans le sens du développement du Comité de Lorraine de Gymnastique et de sa communication.

3 La communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique

a) La communication interne

Concernant la communication interne, cette analyse découle du ressenti des 2 salariés, du Président, puis du mien par observation participante.

Selon les salariés, la communication est très bonne, d'une part grâce aux technologies qui permettent la transmission de l'information de manière rapide et instantanée.

De nombreux moyens leurs sont attribués pour agir dans le cadre du bon fonctionnement de la communication interne : boîte mail commune, téléphones portables équipés de mailing, plate-forme de travail collaboratif, espace de travail commun.

L'espace de travail y est aussi pour beaucoup, car nous sommes dans un espace où les bureaux communiquent et restent ouverts, l'espace de travail est donc sans cesse partagé et en étroite collaboration. La communication entre les employés est donc plus existante et performante. On constate une collaboration vocale très importante entre les employés.

L'espace de petite réunion ponctuelle se situe également dans l'espace de bureau. Cela permet une interaction permanente entre les employés et leurs hôtes. Mais cela à ses limites, car on peut finir par être dérangé par les bruits de la discussion si l'on n'est pas concernée directement par la réunion.

Chaque salarié travaille en étroite collaboration, avec des tâches pourtant très distinctes. C'est ce que Monsieur le Président met en avant.

> *C'est une équipe soudée, qui travaille en collaboration. C'est un rouage qui fonctionne. Chacun connaît de manière générale le travail de l'autre.*[31]
>
> *Chaque tâches et missions sont attenantes où découlent du travail voisin.*

Une habitude de travail a aussi été construite avec la nouvelle présidence[32]. En effet, une rencontre hebdomadaire[33] régulière avec le Président a lieu. Et ce, afin de garantir un suivi du travail collaboratif. Le Président nous explique :

> *On se voit tous les mardis généralement, et cela permet de suivre le travail effectué, et d'anticiper le travail de la semaine à suivre.*

Avec cette démarche consultative, le Comité de Lorraine de Gymnastique garantie une relation de confiance, de régularité, et de pérennité dans le travail.

Au final, nous pouvons noter que la communication interne elle belle et bien existante et s'est mise en place tout naturellement afin de servir au mieux le travail du Comité de Lorraine de Gymnastique. Après cette analyse, nous la qualifierons de très bonne.

b) La communication externe de premier niveau

On considère la communication externe de premier niveau, la communication se dirigeant vers les comités départementaux, les clubs, le public licenciés et les instances ascendantes telle que la Fédération Française de Gymnastique.

D'après la seconde partie du sondage[34] effectué, se tournant vers la communication externe de premier niveau, nous pouvons établir un état des lieux de la perception de la communication pour les clubs, les comités départementaux et les membres de la Fédération Française de Gymnastique.

[31]Citation. Monsieur le Président Claude Wilinski du CLG, lors d'une entrevue.
[32]Présidence 2014-2016.
[33]Entrevue fixée stratégiquement les mardis après-midi.
[34]Sondage en annexe, 2ème partie, réalisé sur la période de juin 2014. Formes diagrammes.

On constate une communication très dynamique par mailing. Chaque jour, ce sont près d'une trentaine de mails qui sont reçus et envoyés. Malgré la distance parfois, due aux nombreux déplacements sur le terrain, le contact n'est alors jamais rompu avec les tous clubs et les instances gymniques et l'on peut alors rester très réactif.

Nous recevons toutes les informations techniques par mail, c'est un très bon moyen de communication. Nous en sommes satisfaits,

nous répond un club par le biais du sondage ne ligne. Un second club se confie concernant la communication par mail.

Nous recevons régulièrement des mails de leurs parts, ce qui est toujours plus pratique que de se rendre sur les sites, et cela permet de sélectionner les infos qui nous intéressent.

Le Comité Régional nous transmet toutes les informations, ainsi qu'aux clubs lorrains, et nous pouvons les transmettre à nos clubs respectifs au niveau du département. Un doublon est réalisé, mais il est nécessaire pour la bonne diffusion des informations,

nous confie un comité départemental.

Cependant, on peut noter que la diffusion d'informations et la cible touchée n'est pas la plus grande. En effet,

le Comité est surtout connu par les dirigeants et les professionnels des clubs, et la majorité des adhérents n'en ont pas connaissance, c'est dommage,

nous fait savoir un entraîneur de club.

Toujours avec appui du sondage, nous pouvons constater l'état d'un des outils de communication qu'est le site internet. Celui-ci n'est pas toujours mis à jour en temps et en heure, et la lisibilité n'est pas des plus agréables. C'est un site qui contient beaucoup d'informations

techniques pour les puristes, mais il reste très peu compréhensible du tout public. Gaël Meyer revient sur ce point en nous confiant que,

> *ce site n'a plus lieu d'être à l'heure où l'on veut donner une nouvelle image de la gym. Une gym accessible à tous. Si on n'est pas technique, on n'y comprend quasi rien.*

On peut appuyer cette observation par les dires d'un club via le sondage en ligne :

> *Manque de Communication avec le site internet GymLorraine, qui n'est pas assez mis à jour.*

Le Comité de Lorraine de Gymnastique est désigné organisateur pour toutes les compétitions régionales. On en dénombre une dizaine chaque année. Le Comité se veut aussi organisateur de beaucoup de stages de formations et d'excellence, une quinzaine chaque année. Les clubs ressentent une très bonne communication concernant les informations techniques de chaque compétition et de chaque formation.

> *De nombreuses formations sont proposées, que ce soit en niveau des juges ou des entraîneurs. Le seul bémol serait le lieu pas toujours central et donc moins accessibles pour certains départements à l'opposé,*

nous fait savoir un responsable de club.

> *Le Comité de Lorraine de Gymnastique est toujours présent sur les plateaux de compétition pour nous soutenir et nous aider au bon déroulement de l'événement,*

nous livre un club par le biais du sondage.

Chaque club possède une activité bien propre à eux, telle que l'organisation de galas, ou manifestations diverses. Nous pouvons constater par le biais du sondage, que nombreux sont clubs à demander un relais régional quant à la diffusion de leurs événements.

On pourrait communiquer sur les dates de fêtes de gym des différents clubs, pour que les autres enfants y participent en tant que spectateurs. La Lorraine dispose de pleins de clubs très proches les uns des autres, c'est dommage de ne pas organiser plus de travail collectif,

nous fait savoir l'un d'entre eux.

De ces remarques découle de manière évidente dans chaque questionnaire, une demande d'aide concernant la communication des clubs, voire une harmonisation de celle-ci pour se donner une identité régionale. Gaël Meyer affirme ces dires par les propos suivants :

Le Comité de Lorraine de Gymnastique fait son travail pour transmettre les informations et soutenir les clubs dans l'organisation logistique de chaque manifestation régionale. Mais on pourrait leur apprendre à communiquer et les aider au sein de leurs clubs et de leurs événements. Nous sommes un relais, une aide, un exemple. Je pense que c'est ce qu'ils attendent de nous, j'en suis même certain. Cela pourrait être un projet à développer, où beaucoup de clubs seraient demandeurs. Ce sont tous des bénévoles, qui manquent de temps et de compétences en terme de communication externe. On se doit de les aider, c'est notre rôle.

Certains clubs nous formulent clairement dans nos questionnaires ce qu'ils souhaiteraient en termes d'aide ou de soutien.

La communication dans chaque club se fait de manière perso, c'est vrai que ce serait intéressant d'avoir des plaquettes pré-remplies ou des flyers faits par des pros, que chaque clubs pourraient utiliser dans sa ville pour augmenter sa communication. Cela permettrait d'avoir une unité en termes d'image, un peu comme les clubs de gym volontaire.

Pour conclure sur l'état des lieux de la communication externe de premier niveau, nous pouvons en tirer un bilan mitigé. Des actions sont réalisées et mises en place, mais des carences sont notifiées et deviennent nécessaire. Du côté technique et compétitif, les clubs semblent entièrement satisfaits. L'information est transmise en temps et en heure, et semble très claire.

Nous notons un soutien très satisfaisant de la part du Comité de Lorraine de Gymnastique, sa présence réconforte et motive.

Cependant, des points noirs sont relevés et nous devons y remédier. La cible licenciée n'est pas assez touchée et ne se sent pas concernée par les actions du Comité de Lorraine de Gymnastique, hormis en compétition régionale de par sa présence sur les plateaux de compétitions, ou les stages. La problématique territoriale revient souvent, mais le Comité met déjà des moyens en œuvre pour remédier à cet obstacle, notamment par la mise en place de calendrier compétitif rotatifs. Les candidatures aux compétitions et stages sont choisies en terme d'infrastructure et de compétences, mais également en terme de répartition régulière sur le territoire et dans le temps. Enfin, nombreux sont les clubs qui n'ont pas pu développer de manière poussée leur communication externe, faute de temps, de moyens ou de compréhension de sa nécessité. Mais l'envie et l'identification du besoin est là, on la note, on la remarque. Et c'est au Comité de Lorraine de Gymnastique, de par son rôle de soutien et d'accompagnement, et d'instance centrale dans l'échelle fédérale, de pallier à cette carence et soutenir cette demande.

c) La communication externe de 2ème niveau

On peut considérer comme communication externe de 2ème niveau, la communication envers les partenaires, les instituions, les médias, et le grand public.

À ce niveau, on remarque que beaucoup de choses sont encore à faire. La communication est existante, mais pas suffisamment développée et mise en œuvre.

Nous sommes encore au stade amateur de la communication.

---

nous confit Gaël Meyer, le Coordonnateur Technique Fédéral. La communication externe paraît donc encore brouillon et incertaine, malgré la volonté de la mettre en place.

On remarque que les démarches de partenariat sont quasiment inexistantes, tout comme les relations avec les médias.

La *relation presse n'est pas très bonne. Nous n'allons pas assez vers eux. Certes en local la relation existe plus ou moins, mais au niveau régional nous en sommes loin.*

---

d'après Gaël Meyer.

Le Comité de Lorraine de Gymnaste cherche sans cesse la promotion de l'activité gymnique. Elle le réalise parfaitement au travers des compétitions et manifestations, mais celles-ci restent trop intimes et confinées au monde du gymnaste licencié. Le Comité de Lorraine de Gymnaste n'arrive pas encore toucher le grand public en terme de promotion de la gymnastique. On ne note à ce jour dans le calendrier, aucun événement promotionnel.

> *Nous faisons de la promotion de la gym, mais pour nos licenciés principalement. Nous n'arrivons pas toucher d'autres cibles, mis à part les cibles directes que sont les parents de nos licenciés. Nous ne sommes pas assez présents sur le plan événementiel promotionnel, et c'est bien dommage. Pourtant nous le souhaitons,*

ajoute Gaël Meyer lors d'une discussion pendant la réunion hebdomadaire avec le Président.

En termes d'action promotionnelle de la gymnastique, le Comité de Lorraine de Gymnastique n'est donc pas positionné comme leader, on peut d'ailleurs constater une dynamique plus importante au sein des clubs sur ce point.

> Il *y a quelques années, nous étions présents lors de meeting, comme au Mondial Air Ballon par exemple ou lors de l'AREMIG. Mais l'organisation reposait sur moi. Je ne manque pas de bonne volonté, mais de temps, avec la charge du côté technique. Et personne au comité n'a eu la volonté et le temps de reprendre ces actions. Ce sont les comités départementaux ou certains clubs qui pallient à notre absence et finalement notre promotion n'est plus faite*,

nous avoue Gaël Meyer.

En termes de communication visuelle, le Comité de Lorraine de Gymnastique possède quelques supports[35]. Il a fait le choix d'investir dans cette communication visuelle, afin de se rendre présent en termes d'images lors des compétitions et rencontres régionales. Cependant les stocks s'essoufflent et s'usent.

[35]Supports détaillés dans les sous-parties suivantes.

Nous avions investi dans les supports de communication, mais cela fait quelques années. Il est temps de renouveler notre matériel,

nous confirme Gaël Meyer lors d'un inventaire des supports de communication[36]. Suite à mon questionnement, aucuns autres supports de communication n'existe ou n'a été mis en place par le Comité de Lorraine de Gymnastique afin de promouvoir son image auprès du grand public ou d'éventuels partenaires.

Enfin, le site internet, comme analysé précédemment, ne permet aucune visibilité auprès de partenaires ou du grand public. Il revêt essentiellement un caractère technique pointu.

Après ces différentes observations, nous pouvons avancer que la carence en communication externe de second niveau est bien existante. Mais l'atout majeur, est, sans discussion le fait que le Comité de Lorraine de Gymnastique se rend absolument compte de ce manque ou ce cette approche insuffisante.

Nous allons par la suite, afin d'imager au mieux et de se rendre compte, identifier le besoin nécessaire en communication pour le Comité de Lorraine de Gymnastique.

d) Identification du besoin de communication

Depuis la mise en place du nouveau bureau directeur en 2012, il en ressort une volonté de développement de la communication du Comité de Lorraine de Gymnastique. Le bureau directeur, le bureau technique et les différentes commissions ont établis des projets de priorités pour le nouveau cycle de direction. La communication est devenue l'une de ces priorités. Elle figure davantage dans les ordres du jour[37] des réunions et se place au cœur des discussions.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique identifie donc un besoin nécessaire en communication, qu'il souhaite de plus en plus développer au fil du temps. On peut avancer, de par le diagnostic de communication effectué, que c'est en communication externe que le Comité de Lorraine de Gymnastique doit orienter ses actions, tant au premier qu'au seconde niveau. La communication interne n'est pas sans améliorations possibles, mais cela est notable dans toutes associations ou entreprises. Ici, nous pouvons, après analyse, penser qu'elle est largement suffisante et adaptée à la structure, à son personnel et à son bureau directeur

[36]Inventaire réalisé le3 février 2014.
[37]Notion visible depuis les comptes rendus de septembre 2013.

Le sondage[38] réalisé nous permet d'appuyer ces propos sur la communication externe, car l'on détecte dans les réponses données par les clubs, un besoin en communication. Et enfin les propos recueillis ci-dessous nous permettent aussi d'avancer un besoin d'identité visuelle et d'existence sur le plan régional.

e) Les outils et actions existantes

Le Comité de Lorraine de Gymnastique n'a pas attendu de se laisser submerger par les actions à mettre en place pour développer la communication. Il a donc pris parti d'agir, et de se montrer, voir se vendre sur le plan identitaire et économique régional. Pour ce faire, il a mis en place les outils et actions suivantes.

> *On essaye de faire de notre mieux, même si ça n'est pas des plus professionnels, on montre que l'on est bien présent,*

ajoute Gaël Meyer.

Le mailing, est l'une des actions de communication la plus récurrente, qui se retrouve dans les 3 niveaux de communication identifiés précédemment. (Communication interne, communication externe de premier niveau et communication externe de second niveau) Utilisé pour transmettre l'information, c'est le moyen de communication principal avec les clubs[39].

Le phoning reste un moyen de communication classique mais rapide. Cependant, il sert beaucoup et essentiellement la relation avec les clubs et nos prestataires pour des soucis d'ordres administratifs ou informationnels.

L'envoi postal est le moyen de communication institutionnel le plus adéquate. Moins fréquemment utilisé, de par son coût et son temps de transmission, il reste tout de même parmi les moyens de communication du Comité de Lorraine de Gymnastique.

L'organisation de réunion ou d'entrevue est le moyen de communication par excellence. Il n'y a peu ou aucun filtre qui puisse venir freiner la transmission du message ou la compréhension de celui-ci. Elles sont nombreuses et régulières au Comité de Lorraine de Gymnastique. On peut compter[40] près d'une réunion par mois en moyenne, et une entrevue ou visite toutes les semaines en moyenne, sans compter les interventions sur les plateaux de compétitions.

[38]Sondage en annexe, 2ème partie, réalisé sur la période de juin 2014. Formes diagrammes.
[39]Soit près de 88% du mailing.
[40]Constat réalisé par mes soins lors de ma présence dans les locaux.

Le site internet est un outil de communication à ne pas négliger. Car à l'heure où le web est indissociable du mot communication, il est important d'utiliser ce moyen. On parle de plus en plus d'e-identité ou encore de e-réputation. L'image que l'on peut donner de sa structure via son site internet est non négligeable.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique a investi dans des supports visuels de communication. Que ce soit lors de la vie journalière de l'association et de ses actions, ou lors des événements telles que les compétitions, les meetings ou rencontres régionales.

Le Comité possède six kakemonos, représentant les cinq disciplines, le sixième étant vierge. Ils sont utilisés essentiellement lors de l'Assemblée Générale Ordinaire et Extraordinaire, et lors des compétitions régionales.

De nombreuses banderoles ont été réalisées afin de les laisser sur les lieux de compétitions régionales, notamment dans les gymnases. A l'heure de l'inventaire, ce sont uniquement trois banderoles qui restent en possession du Comité de Lorraine de Gymnastique.

Le papier en-tête est un outil de communication fréquent, qui permet par sa charte graphique et son logo de donner une identité visuelle.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique a fait réaliser des objets publicitaires, et ce afin de les distribuer lors de l'Assemblée Générale, lors des compétitions ou manifestations à ses adhérents médaillés, ou lors d'occasion diverses. J'ai moi-même reçu lors de mon arrivée, une clé USB notifiée GymLorraine, un porte document, un porte-clés, un tapis de souris, un sweat-shirt et une serviette. Autant d'objets publicitaires qui sont au nom de GymLorraine.

Enfin, le Comité de Lorraine de Gymnastique organise toutes les compétitions régionales sur le territoire, et soutien le club porteur de l'événement. C'est à ce moment-là que le Comité doit se rendre visible auprès de ses licenciés, mais également auprès des éventuels partenaires. Le Comité est en charge de l'aspect technique de la compétition, pour soutenir le club receveur.

On peut constater que des outils existent et ont été mis en place. Cependant, tout est améliorable et perfectible, tandis que d'autres sont à supprimer ou à créer. Et c'est ce qu'est la volonté du Comité de Lorraine de Gymnastique.

4 La volonté du Comité de Lorraine de Gymnastique

a) Admettre le besoin

Le Comité de Lorraine de Gymnastique admet un besoin en communication, de par la prise en stage d'une étudiante en tant que stagiaire en communication[41].

Le besoin se fait sentir depuis plusieurs années. Fautes de temps et de moyens, les actions de communication n'ont été que partiellement mises en place. Des lacunes avec les médias[42] et les partenaires[43] sont identifiables de par le diagnostic précédent.

> *On y vient petit à petit. Mais c'est d'un œil de professionnel que l'on a besoin. Et de quelqu'un dévoué à cette tâche. Je n'ai pas le temps de m'en occuper pleinement avec mes tâches de responsable technique,*

nous dit Gaël Meyer.

> *Nous avons besoin d'une stagiaire en communication. Nous avons de sérieuses lacunes et un vrai besoin de développer ce pôle,*

me confie le Président lors de mon entretien de prise en stage.

On peut noter que le besoin en communication est nettement admis par le Comité de Lorraine de Gymnastique, et cette prise de conscience est partagée par les employés, le bureau directeur et les membres élus au comité technique.

Le besoin est là, il est identifié et défini, tout comme sa solution, qu'est d'attribuer une personne chargée de la communication du Comité de Lorraine de Gymnastique.

b) Les actions mises en place par le Comité pour évoluer dans la communication

La volonté d'accepter une stagiaire pour le développement du pôle communication est une des traductions des actions mises en place pour tendre vers l'évolution de ce domaine.

Plus tard, dans le déroulement de du stage nous apprenons, qu'il est même question de la création d'un poste de chargée de projet et de communication et de pérenniser celui-ci à long terme[44].

[41] Stage réalisé par moi-même, pour une durée de 6 mois, en tant que chargée de communication.
[42] Aucun lien fiable et régulier avec les médias à ce jour.
[43] Aucune partenaire à ce jour pour le Comité de Lorraine de Gymnastique.
[44] Création en Aout 2014 d'un emploi, chargé de projet évènement et de communication.

La volonté est belle et bien présente, le Comité de Lorraine de Gymnastique s'affirme dans sa position de développement de la communication externe de son association.

Depuis la réunion du Comité Directeur qui s'est déroulée le 26 février 2014[45], le Comité se positionne sur la volonté de mettre en place un grand événement chaque année. Plusieurs possibilités s'offrent alors au Comité quant à l'orientation de l'événement. Une possibilité de se positionner sur un grand événement inscris au calendrier fédéral est envisageable. On doit alors répondre à un cahier des charges précis et auquel on ne peut déroger, mis en place par la Fédération Française de Gymnastique. On reste dans le milieu compétitif. Un appel à candidature doit être réalisé, et il se peut que le Comité de Lorraine de Gymnastique ne l'obtienne pas, au risque de ne pas mettre en place d'événement.

L'événement peut aussi prendre une orientation promotionnelle de la gymnastique. C'est alors que l'on dirige vers de l'animation de grande ampleur, pour toucher un plus large public. Un nombre infini de possibilités s'offre alors au Comité de Lorraine de Gymnastique.

Lors du prochain Comité directeur du 2 juillet 2014[46], une présentation des orientations possibles des événements sera faite. C'est alors que l'on pourra connaître le positionnement du comité directeur et que l'on pourra se diriger vers l'une ou l'autre orientation.

C'est encore une fois, une démonstration de l'affirmation du Comité de Lorraine de Gymnastique de se montrer dynamique et acteur dans sa communication.

5 La volonté de la Fédération Française de Gymnastique

a) La nouvelle direction de la Fédération

A chaque cycle olympique[47], la direction de la Fédération se renouvelle par élection. Les nouvelles élections du bureau ont eu lieu en Mars 2013. Forte de toutes les actions mises en place depuis des années pour la gymnastique, c'est un bureau sortant qui met fin à une longue période de direction. Cette fois, c'est une nouvelle direction qui se hisse à la tête de la Fédération Française de Gymnastique, avec Monsieur James Blateau comme élu comme Président[48]. Cadre territorial et Vice-Président de la FFG depuis 2008, le Président entrant souhaite mener sa politique sur trois principaux axes :

- Placer la Gymnastique et le club au centre du projet collectif
- Favoriser le pouvoir du partage et de la transparence
- Améliorer l'ouverture et le rayonnement de la FFG

[45] Réunion du Comité Directeur, à Tomblaine. Source : Compte Rendu de la réunion.
[46] Réunion du Comité Directeur, à Tomblaine : Source : présence et présentation du sujet.
[47] 4 ans, année suivant l'olympiade.
[48] PV de l'élection 9 mars 2013 de la Fédération Française de Gymnastique.

b) Les nouvelles volontés de la Fédération

De par l'arrivée d'un nouveau bureau directeur, de nouvelles volontés voient le jour. Parmi les principales, sont à leurs tête l'idée d'unifier des différents niveaux de gymnastique au sein de toutes les disciplines gymniques, et de redorer l'image de la gymnastique longtemps perçue comme vieillissante, ternie et désuète.

La nouvelle direction de la Fédération Française de Gymnastique met l'accent sur son image qu'elle souhaite jeune et dynamique, et sur la communication de celle-ci. Elle souhaite se faire connaître, comme une discipline unique mais diversifiée, où sa compréhension serait simplifiée, et son image la rendant plus accessible à tous.

Nous souhaitons miser sur l'ouverture et le rayonnement de notre fédération.

Confie James Blateau, dans l'Edito de la revue Le Gymnaste[49].

c) La nouvelle campagne de communication de la Fédération

Une année après l'élection de la nouvelle direction de la Fédération Française de Gymnastique, de nouvelles actions voient le jour. Une nouvelle campagne de communication a été lancée en décembre 2013[50].

Beaucoup de partenariats et d'accords ont été signés depuis ce moment. On note la présence de grande marque comme partenaire, tels que Christian Moreau[51] , Gymnova[52] ou Make Up For Ever[53]. Aussi, beaucoup de promotion des gymnastes de Haut-Niveau ont été réalisées au cours de l'année. Notamment avec la mise en avant constante des équipes de France de chaque discipline. La Fédération Française de Gymnastique se montre dynamique et forte de proposition pour veiller à la diffusion de sa nouvelle image.

d) La charte graphique de la Fédération

Afin de redorer son image, de la dépoussiérer des anciens préjugés et de donner un souffle nouveau à la gymnastique, la Fédération Française de Gymnastique a présenté en Décembre 2013, avec sa campagne de communication, une nouvelle charte graphique[54], qui va donner un renouveau dans l'identification de l'instance fédérale. C'est une toute nouvelle identité visuelle que vient de

---

[49] Edito, Le Gymnaste, revue N° 253, avril 2013.
[50] PV Direction, Décembre 2013, FFGYM.
[51] Fabricant et distributeur de justaucorps.
[52] Equipementier.
[53] Fournisseur et maquilleur officiel des Equipes de France de Gymnastique.
[54] Visible sur le site internet dédié. www.charteffgym.fr

choisir la Fédération Française de Gymnastique.

Elle a changé son logotype, son appellation et toute sa charte graphique. Le souhait est, par ce biais, de créer une nouvelle image de marque. A l'image de la Fédération Française de Badminton, la Gymnastique devient la Gym[55]. Ce qui lui confère un côté attrayant, accessible, et jeune. Ce changement moderne, a été réalisé par l'agence de graphisme Graphème.

Nettement plus identifiable par le mot Gym, elle change également les couleurs, plus marquantes et symboliques. C'est un véritable changement qui va impulser cette volonté d'image nouvelle et de tranchement avec le passé.

Le nouveau logotype se base sur une impression de mouvement de la typographie et un jeu d'ombres sur le fond bleu. L'objectif premier est de véhiculer une nouvelle image de la Gymnastique, fondée sur la notion de bien-être, et d'accessibilité au plus grand nombre.

En février 2014, c'est le lancement de toute la gamme des supports de communication, qui deviennent ainsi accessibles à l'utilisation par les instances gymniques fédérales descendantes.

Deux déclinaisons de logotype sont réalisées, une gamme institutionnelle sur fond blanc, verticale et horizontale, et une gamme communication sur fond bleu, verticale et horizontale.

D'autres supports de communication ont suivis le lancement, tels que les cartes de visites, les supports de présentation PowerPoint, les Kakémonos, …

[55] Nouvelle appellation du logo de la FFGYM.

La Fédération Française de gymnastique a pensé à tout pour diffuser au mieux son image, et surtout la rendre disponibles et accessibles facilement sur son site, à toutes les instances gymniques fédérales telles que les Comités Régionaux, les Comités Départementaux et les clubs.

e) La volonté d'unité dans les différents niveaux des instances

La Fédération Française de Gymnastique a la volonté d'unifier les instances gymniques fédérales dans l'image. C'est pourquoi elle a décliné pour chaque comité régional et chaque comité départemental, une gamme de logotype à leur nom, toujours aux couleurs de la Fédération.

On note une véritable volonté de de s'unir pour une même image, pour une même gymnastique.

Cette charte graphique, déclinée vers les instances gymniques fédérales va réellement être fédératrice de la gymnastique et de son image. C'est également une aide communicationnelle que la Fédération française de Gymnastique offre à tous ces comités, qui sont diffuseurs d'image dans les régions et les départements.

Cela va permettre l'identification, au sein des différents niveaux fédéraux, d'une seule et même Fédération, d'une seule et même image, d'une seule et même gymnastique pour le plus large public.

f) Une unification technique au profit de la communication

Depuis une année déjà, la nouvelle direction de la Fédération Française de Gymnastique, par sa volonté de rendre la gymnastique accessible et dynamique, souhaite égaliser et mettre à niveau les appellations gymniques de compétition et de loisirs pour les 8 disciplines.

Cette volonté d'égalisation participe au bienfait technique et à son épurement, mais également à cette nouvelle vague de communication sur l'image de la gymnastique. En effet, d'un point de vue, technique, et nous pouvons ici parler d'une sorte de communication interne, chaque discipline utilise son propre langage et ses propres techniques compétitives.

Afin d'harmoniser les disciplines et la relation entre celles-ci, pour établir un niveau de compétition et un langage semblable, une unification technique de niveau aura lieu à la rentrée septembre 2015[56].

[56] Informations tirées des PV des réunions Fédérales à Paris, base de donnée @FFGYM.

Cette mise en place est longue et périlleuse, car unifier 8 disciplines à part entière n'est pas des plus faciles. Pourtant la Fédération Française de Gymnastique croit à ce beau projet, car elles pratiquent toutes le même sport qu'est la gymnastique.

Cette volonté d'unification fera un bien interne, mais également externe. En effet, les férus de gymnastiques se perdent quelques fois, alors que penser des néophytes ? Si la Fédération Française de Gymnastique souhaite élargir la gymnastique au plus large public possible, il faut se donner les moyens de pouvoir le toucher.

Cette double action, va donc permettre un bien communicationnel interne et externe.

6 La volonté des Comités Départementaux et des clubs lorrains

Il est nécessaire de réaliser un état des lieux du ressenti des Comités Départementaux et des clubs lorrains sur la communication. C'est grâce à cela, que le Comité de Lorraine de Gymnastique pourra mettre en place des actions adaptées en communication, visant les clubs et leur comités départementaux.

a) Les actions menées par les Comités Départementaux

Les Comités départementaux de la Meurthe-et-Moselle et de la Meuse, de la Moselle, et des Vosges, sont chargés de relayer l'information régionale au niveau des clubs de leur département. Ils soutiennent financièrement, techniquement et humainement les clubs dans la formation, l'affiliation et la technique.

Avec leurs commissions départementales, ils décident les applications à mettre en place chaque année au niveau des départements. Il existe différentes commissions, telles que la formation, la compétition, l'excellence, la détection,… Mais aucune commission de communication n'existe, donc aucune action ne peut être menée dans ce sens.

Nous n'avons pas le temps, nous ne sommes pas assez. Je n'ai déjà pas le temps de mettre à jour correctement le site internet,

---

nous confie une membre du Comité départemental de Meurthe-et-Moselle et Meuse lors d'une réunion technique.

b) La volonté des Comités Départementaux

Les Comités Départementaux sont conscients du manque de communication qu'ils subissent. Nous constatons une communication envers les clubs, mais pas de véritable communication envers le Comité de Lorraine de Gymnastique. C'est une communication à sens unique. On peut même constater que l'échelon départemental est parfois effacé pour une communication directe de la région vers les clubs. Nous pouvons noter une communication interne qui n'est pas des plus efficaces pour le bien des clubs.

La volonté d'améliorer la communication est bien présente, mais dans les comités départementaux, tous sont bénévoles[57]. Le monde associatif souffre du manque de temps du au bénévolat. Aucune personne bénévole ne peut se dédier de manière régulière et accrue à la mise en place d'une communication externe. Elle n'est pas embauchée. Et aucun comité départemental de Lorraine ne possède de personnel salarié.

Les Comités départementaux comptent donc sur l'appui du Comité de Lorraine de Gymnastique pour les aider dans le développement de leur service en communication pour leur organisation et envers les clubs.

Nous avons la volonté d'agir, mais nous ne savons pas comment. Pouvez-vous nous aider ?

---

nous demande le Président du Comité de Meurthe-et-Moselle et Meuse lors d'une réunion technique.

c) L'acceptation des nouvelles directives fédérales par les Comités Départementaux

La Fédération Française de Gymnaste a mis en place une nouvelle charte graphique et des supports de communication à l'intention et à disposition des comités régionaux et départementaux. Après analyse[58] des structures départementales, aucune n'est apte à utiliser correctement et de manière utile à la communication les moyens donnés.

[57] Documents de la constitution des Comités Départementaux.
[58] Demande effectué par mail auprès des Comités en question.

Oui, on a vu les nouveaux logos, on va les utiliser. Mais ça ne va pas changer grand-chose en communication. On n'a pas de méthode, de technique. Comment on communique ? Personne ne nous le dit.

nous fait savoir un membre du Comité départemental de Meurthe-et-Moselle de Meuse.

Les comités départementaux ne disposent pas, dans un premier temps, de moyens financiers nécessaires pour mettre en place la communication insufflée par le Fédération Française de Gymnastique. Et en second temps, aucun bénévole ne s'est manifesté comme ayant le temps de prendre à charge ce lourd projet. C'est donc un projet qui est en stand-by pour le moment.

Lors de nombreuses réunions et entrevues, nous avons pu identifier une demande indirecte des comités départementaux d'aide du Comité Régional pour mettre en place dette communication. Nous constatons une remarque franche quant à l'impossibilité de réalisation ces actions de communication, mais pas de franc appel à l'aide, qui restent sommes toute très discret.

Cependant, on constate une exception, le Comité de la Moselle, qui souhaite s'affirmer au mieux, n'est pas demandeur direct d'aide.

Le Comité de Moselle a toujours été très actif. Mais ça ne veut pas dire qu'il n'aurait pas besoin de notre aide en communication,

nous confie Gaël.

Après analyse[59], durant les mois suivants la mise ne place de l'action par la Fédération Française de Gymnastique, nous constatons que seuls les logotypes ont bien été mis en place. Afin d'aller dans le sens de la Fédération Française de Gymnastique, nous pouvons avancer qu'il est du devoir du Comité de lorraine de Gymnastique de soutenir ses comités départementaux dans la mise en œuvre.

d) La difficulté des clubs lorrains en communication

Au niveau des clubs, nous pouvons constater le manque problématique du manque de personnes salariées dédiées à la mise en place d'une communication.

Selon le sondage que nous avons réalisé[60], nombreux sont les clubs admettant qu'aucune communication n'est réalisée par leur soin, manque de financement, de temps et de personnes

[59] Suivi évolutifs des dossiers de communication.
[60] Sondages effectués auprès des clubs et comités lorrains.

compétentes.

Le monde associatif au niveau des clubs est un milieu dense, qui fait de son mieux. La grandeur d'un club en nombre de licencié n'y fait rien. Tous les clubs lorrains, petits ou gros, sont confrontés au même problème. Mais la prise de conscience existe, et est belle et bien présente, même si l'importance même de la communication ne l'est pas toujours.

Nous savons que cela sert de communiquer. C'est important, mais dans quel but ? A quoi cela va nous servir concrètement ? Nous avons besoin d'accompagnement pour ne pas nous tromper,

---

admet un club dans une réponse à un sondage.

La carence est admise. Plusieurs autres remarques nous sont parvenues par le biais des sondages réalisés auprès des clubs.

e) La volonté des clubs lorrains

Par le biais des sondages réalisés nous avons pu extirper une demande récurrente, qu'est l'aide du Comité de Lorraine de Gymnastique dans l'axe du développement de la communication pour les clubs.

Oui, la communication est importante, on le voit partout maintenant, on nous le dit ? Mais comment la mettre ne place ? Ici, au club, personne ne sait le faire de manière professionnelle,

---

nous confie un club lors d'une réponse au sondage.

En effet, nous avons constaté que les clubs sont demandeurs de formation et d'aide dans le domaine de la communication, même si les enjeux ne sont pas tous décelés.

La volonté est là, mais ce sont les moyens et les compétences qui manquent. Le Comité de Lorraine de Gymnastique se doit d'être un appui pour les clubs en ce sens.

f) L'acceptation des nouvelles directives fédérales par les clubs lorrains

La Fédération Française de Gymnastique n'a pas mis en place de moyens disponible pour la mise en œuvre de la communication et son développement au niveau des clubs. Les clubs ont donc un premier réflexe de non acceptation et de non soutien dans ce domaine de la communication.

Nous notons alors qu'il n'y a pas d'aide directe et de formation dispensée en matière de communication de la part de la Fédération Française de Gymnastique, ni des comités départementaux. Les clubs lorrains demandent à se former en communication, afin de devenir performants et de pouvoir utiliser cet atout pour leur développement. C'est donc naturellement que les clubs se tournent vers le Comité de Lorraine de Gymnastique. Il est l'appui que les clubs attendent, faute de temps pour mettre en œuvre une communication externe et/ou interne de qualité.

Nous souhaiterions être formés, nous n'avons pas les compétences nécessaire,

---

nous confie un club dans une réponse au sondage.

Suite à ce diagnostic des différentes structures, de leurs actions, objectifs, enjeux, et motivation, nous pouvons établir une proposition de solutions qui pourrait correspondre au développement d'une communication adaptée.

« Dans la communication,
le plus compliqué c'est ni le message, ni la technique,
mais le récepteur.»

Dominique Wolton

III Les solutions

Nous allons ici nous atteler à présenter toutes les solutions possibles et réalisables. Certaines ont déjà été mises en place sur du court terme durant la période de stage, d'autres le seront sur le long terme en fonction du financement ou la possible mise en place technique, selon avis du Comité directeur.

Nous présenterons les mises en place techniques et financières, ainsi que leurs objectifs et attentes de résultats de communication pour chacune.

1 Création d'un annuaire

Le Comité de Lorraine de Gymnastique a depuis quelques années, l'envie de créer un annuaire permettant de recenser tous les clubs lorrains, et de le distribuer chaque année à ces derniers. Par manque de temps, à la fois pour la conception, et pour le recueil des informations, le projet a été plusieurs fois repoussé.

Avec mon arrivée en tant que stagiaire en communication[61] au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique, ce projet m'a été confié.

Plusieurs questions se sont alors posées, afin de mener un projet abouti, utile et abordable financièrement.

a) Déterminer la cible

Il est tout d'abord nécessaire de déterminer la cible de distribution de cet annuaire. Cela va pouvoir nous aider à construire le contenu, la forme et déterminer le nombre d'exemplaire à réaliser.

Cet annuaire sera distribué en plusieurs exemplaires, 1 ou 2 par clubs, MJC, centres sportifs, municipalités possédant un club de gymnastique affilié à la Fédération Française de Gymnastique. Nous avons donc déterminé un premier nombre d'exemplaire à tirer, qui est de 300. Le paramètre de la budgétisation et ses conséquences arrivera plus tard.

Une fois la cible identifiée, il est possible de déterminer le contenu de cet annuaire.
Une réflexion s'est posée sur l'intitulé, qui deviendra l'Annuaire de la Gymnastique en Lorraine. Cet annuaire contient toutes les informations de fonctionnement et de constitution des comités départementaux et du comité régional. Une brève description de la gymnastique et de toutes ses disciplines y figure également, afin de faire connaître l'image de la gymnastique et ses différentes

[61] Chargée de développement la communication durant une période de stage de fin d'étude de 6 mois.

pratiques. Enfin, l'identité de chaque club lorrain affilié à la Fédération Française de Gymnastique est condensée en une fiche type[62], contenant les informations nécessaires telles que le nom du club, sa municipalité, son adresse et coordonnées, son logo, les disciplines qui y sont pratiquées, les sites d'entrainement et la composition du bureau actuel.

Cet outils, bien qu'au service du développement de la communication du Comité de Lorraine de Gymnastique est surtout un outil mis en place par le Comité au service de la communication de ses clubs. Cet annuaire de la Gymnastique en Lorraine contient toutes les informations nécessaires pour connaître la gymnastique, sa pratique et ses lieux de pratique, en Lorraine.

b) La planification

Un échelonnement a été prévu afin d'organiser la conception du l'annuaire durant la période de stage.

- Phase de conception des outils de récolte d'information: 4 jours
- Phase de diffusion des outils et de récolte de l'information: 5 semaines
- Phase de recherche de financement: 4 semaines
- Phase de tri de l'information: 4 jours
- Phase de conception: 2 semaines
- Phase de lancement à l'impression: 4 jours
- Phase de distribution: 2 semaines
- Phase d'évaluation: 4 jours

Nous verrons que par la suite, cette première planification ne put être respectée. Un ajustement fût nécessaire.

c) Obtenir l'information

Le plus long et périlleux de ce projet, fût de récolter toutes les informations nécessaires sur les 61 clubs lorrains, en temps et en heure.

Nous avons réalisé une fiche type, qui fût distribuée aux clubs à partir du mois de février 2014. Encore une fois intervient la problématique du monde associatif, qu'est le manque de temps pour un interlocuteur bénévole. 37 clubs nous ont renvoyés les fiches transmises. Cependant, l'échelonnement dans le temps prévu n'a pu être respecté. La période initiale prévue était de 5 semaines. En vue de la fréquence de réponses obtenue, celle-ci passa à 16 semaines. Des dates butoirs furent fixées afin de pouvoir mener ce projet à bien avant la fin du stage.

[62] Annexe 1

d) Le financement

Selon la demande du Président du Comité de Lorraine de Gymnastique, cette opération de communication envers et pour les clubs devait être une opération blanche. Nous avons donc dû trouver une forme de financement de cet Annuaire de la Gymnastique en Lorraine.

Après réflexion, nous avons opté pour l'offre de publicité. Nous avons constitué un dossier d'offre de publicité[63] ainsi qu'une convention type[64]. Nos offres se déclinaient en 3 types de proposition, afin d'offrir plusieurs niveaux de financement, au choix de nos partenaires.

Nous avons réussi à obtenir le financement de 9 partenaires. L'opération fut donc blanche, et nous avons fait le choix d'augmenter le nombre de tirage afin de distribuer notre outil de communication au mieux.

e) Le résultat

L'annuaire en finalité, suite aux ajustements et compte tenu du financement, est composé comme suit:

- Format 4A, type Magazine
- Style adapté à la chartre graphique de la FFG et sur le modèle du magazine "Le Gymnaste", avec une personnalisation propre au Comité de Lorraine de Gymnastique
- 56 pages, page de couverture incluse
- 9 visuels publicitaires
- Réalisation en 450 exemplaires

f) Les formes de distribution

L'annuaire de la gymnaste en Lorraine sera distribué à la rentrée Septembre 2014, pour une période de deux ans, selon notre financement. Il sera distribué par voie postale aux clubs, MJC, centre sportifs et municipalités, lors des réunions techniques au membre du Comité de Lorraine de Gymnastique, en main propre à nos partenaires locaux, par voie postale à nos partenaires éloignés ou étrangers.

Il a été décidé, pour une première année de lancement de tester cet outil de communication sur une période de deux ans.

g) L'atteinte des objectifs

Une forme d'évaluation sera mise en place à partir du mois d'octobre 2014, afin de pouvoir évaluer l'impact qu'aura eu cet outil en terme de communication pour nos structures et pour nos clubs. Cette évaluation se fera sous forme d'enquête auprès des clubs et des adhérents.

L'objectif de cet annuaire est de proposer une vitrine de communication pour nos clubs, de

[63] Annexe 2
[64] Annexe 3

nous montrer comme une structure dynamique et présente sur le plan sportif lorrain. Nous attendons en retour, une image positive de la gymnastique et de ses structures, et une augmentation possible du nombre de licenciés, dans les plus gros comme dans les plus petits clubs.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique se veut soutenir ses clubs, qui se retrouvent d'autant plus dans une situation de difficulté à la rentrée 2014, avec le changement des rythmes scolaires[65]. Le Comité de Lorraine de Gymnastique veut se montrer actif auprès de ses clubs afin peut-être pallier à ces conséquences que sera la perte de licenciés en 2014.

2 Utilisation des supports de communication de la Fédération

Le Comité de Lorraine a dans un premier temps actualisé sa chartre graphique en fonction de la nouvelle dévoilée par la Fédération Française de Gymnastique. Toujours dans un soucis d'unité et d'harmonie entre les instance, le Comité de Lorraine de Gymnastique utilise cette charte, tout en la personnalisant dans la mesure du possible, afin de se rendre indentifiable parmi les autres structures déconcentrées de la Fédération Française de Gymnastique

a) Mise à disposition des outils de la Fédération Française de Gymnastique

Suite au lancement de sa nouvelle campagne de communication et de sa nouvelle charte graphique, un site[66] a été créé par la Fédération Française de Gymnastique pour obtenir tous les supports de communication disponibles.

Friant de développer sa communication, le Comité de Lorraine de Gymnastique s'est lancement dans la création ou le renouvellement de ses supports de communication mis à disposition.

b) Les outils mis en place

Toute la charte graphique en termes de logotype fut renouvelée dès la première semaine d'apparition des supports. Il était primordial de se lancer le plus rapidement possible, afin que le Comité de Lorraine de Gymnastique montre son dynamisme et sa réactivité. Je fus en charge de la conception graphique de la charte du Comité de Lorraine de Gymnastique, avec comme appui les directives graphiques de la Fédération Française de Gymnastique.

Le papier en-tête fut réalisé par mes soins, selon le modèle de la Fédération Française de Gymnastique, avec une personnalisation propre au Comité de Lorraine de Gymnastique. Deux sortes papiers en-tête furent éditées.

Le premier, de sorte institutionnel, sert à la communication envers les destinataires telles que

[65] Pertes estimées à 20% de licenciés.
[66] www.charteffgym.fr

la Fédération Française de Gymnastique, les Comités départementaux et régionaux, les clubs, et les instances telles que la région Lorraine ou encore le CROSL par exemple. Un second fut réalisé, à destination de la communication externe, telle que la diffusion d'information ou la relation partenaire.

Des cartes de visites furent créées pour chaque membre salarié et pour le Président, sur le modèle proposé par la Fédération Française de Gymnastique.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique ne possédait aucunes cartes de visite. C'est un outil important lors des entretiens, ou entrevue, réunions techniques ou rencontres avec d'éventuels partenaires. C'est un outil nécessaire, qui permet de transmettre ses coordonnées de manière écrite très facilement.

Tous les documents techniques ou de présentation, tels que les PowerPoint par exemple, furent mis à jour selon la chartre graphique de la Fédération Française de Gymnastique.

Une réflexion s'est portée sur la création de nouveau kakémonos. Cependant, les précédents n'ayant même pas servi durant une année, le financement ce ces outils de communication ne sont pas à l'ordre du jour immédiatement. Ils le seront courant décembre 2014 une fois l'amortissement achevé.

c) Utilisation des anciens supports

Comme il est dans l'air du temps de bannir le gaspillage, il a été décidé de finir d'utiliser tous les supports de communication tels que les goodies, pour l'année 2014 en cours, et le début de saison 2015.

En effet, le Comité de Lorraine de Gymnastique avait investi bons nombres de goodies et matériels de communication en septembre 2013, pour une période de 2 ans (porte clé, clé USB, tapis de souris, sacs, vestes, serviettes, kakémonos).

La surprise de l'annonce du changement de la Fédération Française de Gymnastique ne fut pas des plus agréables aux vues de l'investissement réalisé. Il est dans la politique du Comité de Lorraine de Gymnastique, de ne pas gaspiller, les supports et goodies seront donc gardés jusqu'à l'épuisement, qui sera fait volontairement de manière rapide.

3 Création de supports de communication

Outre les supports de communication de la nouvelle chartre graphique fournis par le Fédération Française de Gymnastique, le Comité de Lorraine de Gymnastique s'est vu se munir de nouveaux outils et supports de communication.

a) Les banderoles

Le comité de Lorraine de Gymnastique a demandé la réalisation de 15 banderoles (1mx3m), avec sa nouvelle chartre graphique. Ces banderoles figureront sur tous les lieux de compétitions régionales pour la saison 2014-2015. Nous partons du principe que le calendrier est connu avant la rentrée Septembre 2014. C'est alors que nous pourrons mettre à disposition toutes les banderoles aux clubs organisateurs. Cette banderole est en général affichée pour toute la saison en cours, ce qui aura un pouvoir de communication qui dépassera la simple période de compétition.

Des banderoles seront gardées en réserve afin d'habiller toutes les manifestations et réunions, telles que l'Assemblé Générale du Comité de Lorraine de Gymnastique ou d'autres manifestations sur lesquelles nous seront amenés à nous déplacer en tant que partenaires.

b) Stand parapluie

Une réflexion s'est portée sur la création d'un stand parapluie, qui pourrait être un support présent sur les compétitions et sur les manifestations où l'on tiendrait un stand en tant que partenaire par exemple. Le coût étant pour le moment hors budget, la réalisation de ce support sera reportée jusqu'à trouvaille du financement.

c) La voiture de société

Le Comité de Lorraine de Gymnastique, possède une voiture de société, que le cadre technique Fédéral, Gaël Meyer, utilise très souvent pour se rendre sur les réunions et plateaux de compétition. C'est une vitrine de communication non négligeable. Nous avons fait réaliser un visuel reprenant le nouveau logotype transmis la Fédération Française de Gymnastique.

d) Les stickers

Des stickers à l'effigie du Comité de Lorraine de Gymnastique furent aussi réalisé, au nombre de 400. Ces stickers pourront être apposés sur tous les matériels informatiques possédés par le Comité de Lorraine de Gymnastique et utilisés lors des compétitions régionaux. C'est également un autre moyen de communication et qui offre la possibilité de montrer la présence du Comité de lorraine de gymnastique dans la préparation et l'organisation technique des compétitions.

Ils seront également distribués lors de réunions, aux membres du Comité de Lorraine de Gymnastique, et lors de certaines rencontres régionales, aux adhérents et responsables de clubs.

e) Les affiches

Les affiches[67] de compétitions sont le premier moyen pour promouvoir les évènements compétitifs régionaux de gymnastique. Le Comité de Lorraine de Gymnastique a décidé de prendre en charge, pour les clubs, la réalisation de ces affiches. Dans un premier temps, pour soulager les clubs, notamment les petits clubs n'ayant pas de personnes compétentes ou volontaires pour les

[67] Annexe 4

réaliser. Et dans un second temps, le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite une unité dans son image et donc une unité dans la création des affiches des compétitions régionales, notamment avec la mise en œuvre de la nouvelle charte graphique de la Fédération Française de Gymnastique et la mise en place de la charte graphique du Comité de Lorraine de Gymnastique.

f) Signatures électroniques

Comme cité dans notre diagnostic en seconde partie, l'outil principal et récurent de communication est le mailing. Nous avons donc réalisé une signature électronique pour chaque membre salarié amené à communiquer avec l'outil mailing. Celle-ci a été réalisée en fonction de la nouvelle chartre graphique, et avec une redirection directe vers l'adresse mail.

g) Le bandeau

Dans la même ligné que la signature électronique des emails, nous avons également conçu un bandeau communicatif, affichée en bas de chaque page de mail. Ce bandeau, aux couleurs de la Fédération Française de Gymnastique et du Comité de Lorraine de Gymnastique est une vitrine des moments importants sur les saisons gymnastique. De conception périodique, elle sera amenée à changer, afin de présenter une période ou un évènement important. Celle-ci a également été réalisée, avec une redirection directe vers notre nouveau site internet.

h) Le communiqué de presse

Afin de réaliser un contact permanent avec la presse, pour couvrir médiatiquement nos évènements, nous avons réalisé des communiqués de presses types.

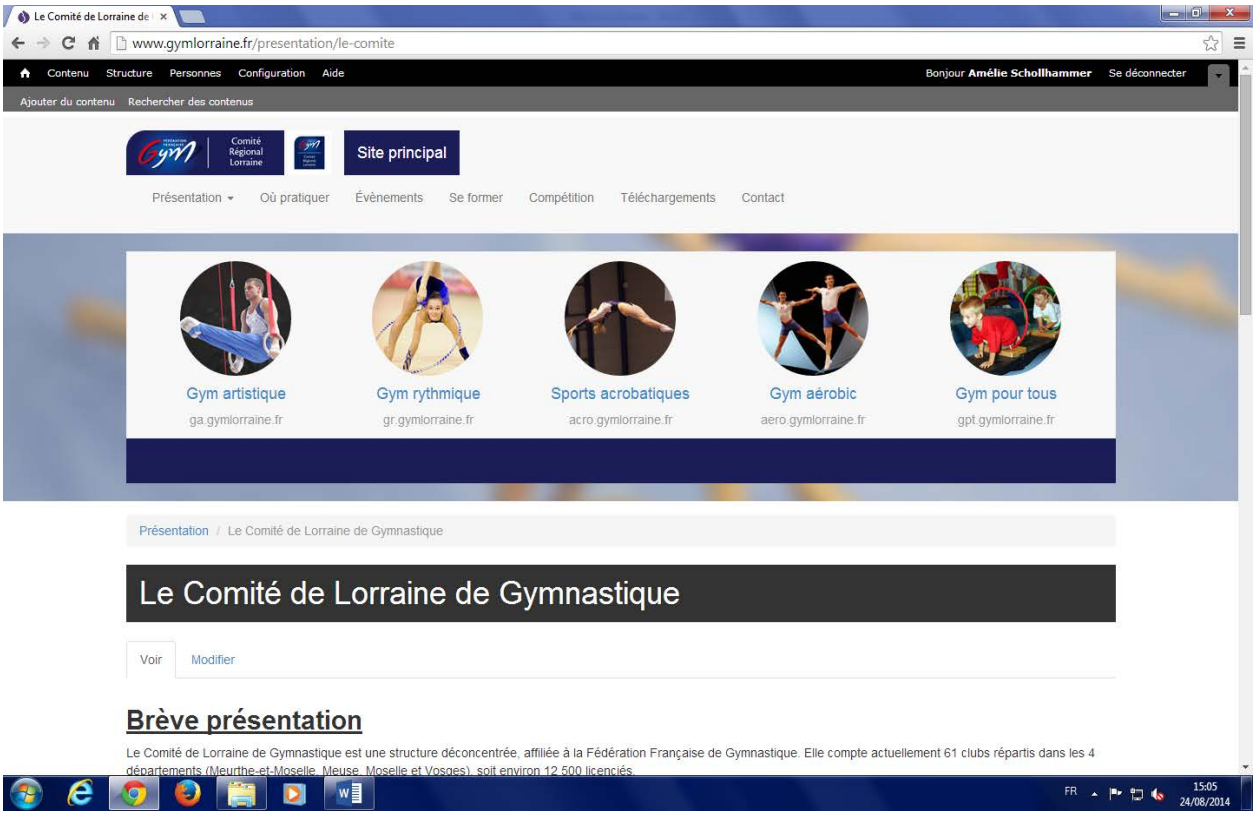
4 Création d'un nouveau site internet

Suite au diagnostic mené, nous avons étudié la fréquentation et la fonctionnalité du site internet actuel du Comité de Lorraine de Gymnastique.

Selon un sondage[68], et les propos reportés depuis quelques années le site n'est plus fréquenté comme le Comité le souhaiterait. C'est un site purement technique, qui ne propose aucune promotion de la gymnastique.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique a fait le souhait d'écouter ses adhérents et de faire peau neuve au site obsolète qui ne sert en rien la communication du Comité. Depuis quelques années, il a été constaté, selon les statistiques sur site internet[69], une baisse nette de la fréquentation.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique a fait appel à un stagiaire en programmation informatique, afin de mettre en place un nouveau site internet. Nous avons été en charge de lui fournir un cahier des charges exacte et précis de ce que nous souhaitions et attendions du nouveau site internet. Selon une planification précise, que nous avions établie avec ses soins, nous avons fait évoluer la construction du site internet.



[68] Sondage oral lors de réunion Sur l'avis sur site internet (commission de communication).
[69] Statistiques de fréquentation STRATO

a) Les fonctions du site internet

Le nouveau site internet[70] va servir de vitrine, mais également d'interaction réelle avec ses licenciés, les membres du Comités et les partenaires.

Une première fonction est descriptive dans le sens de la promotion de la gymnastique et de son image. Le site se veut accessible afin de véhiculer cette volonté de nouvelle image, jeune et dynamique de la nouvelle gymnastique, loin de ses traits de caractères militaires et désuets.

Le nouveau site internet va également permettre une interaction avec les adhérents et licenciés par le biais de la mise en place d'une newsletter hebdomadaire.

L'Annuaire de la gymnastique en Lorraine qui a été créé en format papier, figurera également de manière électronique sur le site internet, avec une fonction tri par discipline et/ou par ville. Cela servira à la communication envers et pour les clubs, et également pour soutenir l'action de la création de l'annuaire.

Le site internet est conçu en mini-sites, correspondants à une discipline ou à un regroupement de disciplines, ce qui va rendre la visite et la lecture des néophytes beaucoup plus simple, notamment avec le tri des informations techniques. Cette fonction pourra également servir à la création d'un mini-site dédié à un évènement organisé par le Comité de Lorraine de Gymnastique, de manière ponctuelle et temporaire.

Un calendrier interactif a également été créé afin de communiquer régulièrement sur les évènements et réunions à venir. Un tri par disciplines a également été mis en place afin de faciliter la recherche de l'information.

Une base de données de téléchargement est également disponible afin de faciliter la recherche et la compréhension de l'information pour les adhérents et licenciés. C'est encore une fois, une manière de rendre la gymnastique plus lisible et abordable pour le plus grand nombre, même dans son côté technique.

Enfin, le Comité de lorraine de Gymnastique a insisté sur l'adaptation du site internet et sa lecture sur les plateformes telles que les smartphone ou les tablettes, et ce dans un souci de mise à disposition de l'information quelques que soit le lieu et le support.

Le site internet sera alimenter presque en temps réel, et dès la publication des résultats sur le lieu de la compétition, tout à chacun pourra les consulter en direct sur son téléphone portable ou sa tablette.

[70] www.gymlorraine.fr

b) Les attentes de résultats et ses évaluations

Le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite obtenir une fréquentation largement supérieure à l'ancien site internet, dès la rentrée Septembre 2014. Grâce aux statistiques de fréquentation, nous pourrons suivre en temps réel l'évolution et ainsi ajusté notre technique de communication sur le site.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite que le site internet soit une véritable interface, pour aller au-delà d'une simple vitrine communicationnelle. C'est un moyen qui va créer de l'interaction et du volontarisme au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique, de par la répartition de rédaction des membres du Comité technique, par fonction et par catégorie.

c) Le rôle du Comité de Lorraine de Gymnastique dans la formation au site et son alimentation

Il a été décidé, que la personne en charge de la communication serait responsable de l'alimentation communicationnelle et graphique du site internet. Les membres inscrits peuvent alimenter le site internet et le contenu technique. C'est ainsi qu'arrive son rôle en tant que formateurs de l'utilisation du site internet. En effet, nous avons demandé une conception de site, dans laquelle nous pouvons intervenir et où nous sommes indépendants dans sa gestion comme dans son organisation.

Des formations sont organisées en fonction des rédacteurs à former. Elles auront lieu durant le mois de septembre 2014.

d) Les autres fonctionnalités en lien avec le site internet

Le Comité de Lorraine de Gymnastique a créé une nouvelle page Facebook, en lien direct avec le nouveau site internet en termes de publication.

En effet, l'ancienne page Facebook était gérée par une seule personne, bénévole de surcroît. On assiste encore une fois aux limites du monde associatif bénévole, et de nouveau à la limite des différentes disciplines. En effet, c'est humain, mais la personne dédiée, en terme de connaissance, alimentera de manière plus régulière et précise sa propre discipline.

Par ce biais, nous supprimons toutes ces limites devenues des obstacles à la communication. C'est le site qui publiera en doublon vers la page Facebook, et celle-ci sera gérée par une personne salariée du Comité de lorraine de Gymnastique, en charge de la communication.

Grâce à la base de données de contacts générés par les newsletters, nous allons mettre en place un projet de communication par SMS. Cela permettrait d'annoncer en doublon, les informations importantes, les compétitions, la publication des résultats ou autres. Ce projet n'est qu'au stade d'ébauche et de l'écriture du cahier des charges. Il verra le jour sur le long terme, après

analyse précise des besoins.

En plus de la création du site internet, notre stagiaire en programmation informatique, a mis en place, en lien avec le nouveau site, un espace de travail collaboratif, servant également d'espace de stockage, permettant l'accès restreint public ou privé.

Owncloud est un logiciel libre, relié directement à la source de l'hébergeur, permettant un stockage des données sur un serveur à la propriété du Comité de Lorraine de Gymnastique. C'est une plateforme de services et de stockage des données, permettant une interaction entre les membres de l'association par mise en réseau. Munis d'applications en ligne diverses, il permet également de générer un calendrier interactif commun dans le but de faciliter la communication interne des salariés et l'apport de données sur le site internet.

Il a été nécessaire, suite à la création du site internet, de paramétrer les boites de réception mail. Nous avons décidé de mettre en place un système permettant l'identification des salariés. Une boite mail est toujours commune[71] à l'ensemble du bureau du Comité de Lorraine de Gymnastique. Mais, 4 boites personnelles ont été créées sur la racine du site internet[72], et ce, afin de faciliter le flux de l'information entre les salariés, mais également de permettre une identification des salariés par les destinateurs des mails.

5 Mise en place de partenariat

Nombreux sont les projets de communication que le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite mettre en place. Donc nombreux devront être les financements et les aides.

Pour ce faire, nous avons réalisé un dossier partenariat[73], avec un panel d'offres différentes et variées.

Ces partenariats pourront apporter beaucoup au Comité de lorraine de Gymnastique.
Dans un premier temps, un financement, notamment pour la mise en place des nouveaux supports de communication, sur lesquels nous leur offrons une visibilité.

Dans un second temps, c'est une image de marque et de dynamisme le Comité de Lorraine de Gymnastique va pourra véhiculer auprès de ses licenciés et de ses éventuels futurs partenaires. Compter à ses côtés une grande marque peut apporter de l'assise et de la force de négociation.

Cette action court encore sur le long terme. Elle a été mise en place pendant le mois de mars 2014, suite à la réalisation du dossier d'offre de publicité pour l'Annuaire de la Gymnastique en

[71] contact@gymlorraine.fr
[72] amelie.schollhammer@gymlorraine.fr
[73] Annexe 5

Lorraine. Des propositions de cumul des deux offres ont été faites à certains partenaires. Ces actions vont se perpétuer tout au long de l'année, avec des offres différentes selon la période et les actions mises en place.

A ce jour, Le Comité de Lorraine de Gymnastique compte parmi ses partenaires la Banque Crédit Mutuel, ainsi que le leader équipementier Gymnova. Les termes des accords ne seront pas cités ici. D'autres sont en cours de réalisation, et bien d'autres le seront dans le futur de la l'association.

6 Mise en place évènementielle

Suite à l'analyse réalisée sur les volontés en communication du Comité de Lorraine de Gymnastique, il en est ressorti une véritable volonté de mettre en place un évènement de grande envergure chaque année.

Cette volonté de projet sera établie sur le long terme, avec un changement chaque année, pour ne pas tomber dans la routine, selon le souhait des membres du bureau et du Comité directeur.

De nombreuses actions devront être mises en place pour mener à bien ce projet évènementiel. Une demande de partenariat pour soutenir le Comité de Lorraine de Gymnastique, une planification précise pour établir un plan dans le temps, une demande d'aide et de bénévoles afin de de susciter l'intérêt et le volontarisme, et bien d'autres étapes que l'on ne peut pas soustraire d'une conduite de projet.

Une personne sera chargée de cette mise en place, un pilote de projet, qui devra en rendre compte à chaque étape lors des réunions du Comité Directeur, décideur principal menée par la présidence de Monsieur Claude Wilinski.

On note, dans le choix de l'orientation, plusieurs volontés et divergences. Un souhait de ne pas être déficitaire sur l'organisation est revenu à mainte reprise, tandis que certains prône sans relâche la promotion de la gymnastique et la volonté montrer une vitrine nouvelle et dynamique en mettant sur le devant de la scène nos gymnastes lorrains.

Difficiles seront les choix sur l'orientation du projet, mais ces derniers devront être justifiés quant aux volontés du Comité de Lorraine de Gymnastique.

7 La formation en communication des clubs

Le Comité de Lorraine de Gymnastique a ressenti et écouté cette demande alerte des clubs concernant une aide, un soutien et une formation pour développer leur communication ponctuelle ou quotidienne.

Un lourd projet, à long terme, est sur le chemin l'aboutissement quant à la dispense de formation en communication et de distribution de pack clé en main d'outils de communication.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique s'est vu commencé ce projet par la prise en charge de

la réalisation des affiches de compétitions régionales. Lesquelles sont ensuite transmises aux clubs, afin qu'ils y ajoutent seulement leurs partenaires et les informations nécessaires. C'est une forme d'aide qui nous a fait penser ce projet de formation à la communication.

Des interventions seront alors prévues au sein des clubs demandeurs, sous différentes formes, selon la demande. Des packs de différentes formes et de différents contenus seront également destinés aux clubs selon leur besoin et leur demande.

Ce projet est une forme de soutien aux clubs affiliés à la Fédération Française de Gymnastique et au Comité de Lorraine de Gymnastique. Une communication sera faite sur ce projet, pour inciter et faire connaître notre projet aux autres clubs des autres fédérations. Ce qui pourra amener de nouvelles affiliations sur le long terme au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique.

8 L'embauche d'une personne chargée de la communication

Afin de pouvoir réaliser toutes ces action proposées et de mener à bien le développement de la communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique, ce dernier a décidé la création d'un poste de chargée de communication et de projet. Une demande d'aide a été réalisée auprès de la subvention CNDS. Cette ouverture de poste sera effective pour la rentrée 2014.

Sans recul, nous ne pouvons pas plus disserter sur le sujet de cette embauche, mais la justification de cette création entrevoit des progrès et des changements en termes de développement de la communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique.

Conclusion

Grâce à une analyse de la structure du Comité de Lorraine de Gymnastique, de ses volontés et de ses choix politiques, nous avons pu en tirer des conclusions qui nous ont permis d'être force de propositions pour le développement de la communication interne et externe de cette association et de ses clubs adhérents.

Nombreuses sont les idées, mais rigoureuses sont les propositions. Chaque projet, muni de réflexion se verra étudié dans l'unique but de servir au mieux cette volonté de développer la communication du Comité de Lorraine de Gymnastique.

Court, moyen ou long terme, les années suivantes se verront enrichies de projets de communication diverses et variés.

Suite à l'embauche d'une chargée de communication et de projet, l'équipe salariale du Comité de Lorraine de Gymnastique se voit soulagée et enjouée des futurs projets qui mûrissaient depuis quelques temps, mais qui restaient irréalisables fautes de temps et de moyens à rechercher. L'ensemble des membres du Comité Directeur du Comité de Lorraine de Gymnastique se voit enthousiaste aux dernières propositions faites par le tout récent pôle communication.

La communication, mère de développement, verra le Comité de Lorraine de Gymnastique entrer dans une ère nouvelle au service de ses clubs et de son image véhiculée.

Sources – Bibliographie

Articles de revues

Walker R. La nouvelle identité visuelle de la FFG. Gymnaste 2014;361:8-9.

Documents électroniques

Fédération Française de Gymnastique. Site de la charte graphique. [En ligne]. www.charteffgym.fr (Page consultée le 4 février 2014).

INSEE, Guillaume VOLMERS. Économie Sociale : bien implantée en Lorraine, très associative et portée par les services à la personne. [En ligne]. www.insee.fr (page consultée le 3 juin 2014).

Ouvrages

Philippe MOREL. La Communication d'entreprise. 4ème édition. France ; Vuibert ; 2009.

Didier MAZIER. La Communication d'entreprise. Les bonnes pratiques pour être efficace. France ; Edition Eni ; 2013.

Maurice FABRE. Histoire de la Communication. France, Rencontres ; 2010.

Eric GIUILY. La communication institutionnelle. France, Edition Broché, 2009.

Philippe MOREL. La communication institutionnelle. France, Edition Broché, 2012.

Plaquettes

La Région Lorraine. Vie Associative.

La Région Lorraine. Bénévolat Associatif.

Thèse

Hamid BETTAHAR, Doctorant Marketing. Communication, histoire et mondialisation : cas de l'Algérie. Chapitre II : L'histoire de la communication inter-humaine. Université d'Es Sénia Oran. 2003.

Recueil de citations

Citation 1

« Les ordinateurs de bureau présentent d'intéressantes possibilités de communication professionnelle. Vous pouvez coller les "Post-it" au bord de l'écran ! »

Dave Barry : (1947, Etats-Unis) Auteur humoristique, chroniqueur au Miami Herald, récompensé par le prix Pulitzer.

Citation 2

« La communication est une science difficile. Ce n'est pas une science exacte. Ça s'apprend et ça se cultive.»

Jean-Luc Lagardère : (1928-2003 France, Paris) Grand chef et PDG d'entreprises industrielles françaises.

Citation 3

« La tendance, chez nous, c'est...de faire de l'économie du diagnostic et de monter en épingle la petite intuition géniale qui a surgi le matin même. »

Nicole Notat : (1947, France) Secrétaire générale du syndicat CFDT, fondatrice et PDG de Vigeo où elle s'engage pour une conception du développement durable. Membre du groupe de réflexion sur l'avenir de l'Europe.

Citation 4

« Dans la communication, le plus compliqué c'est ni le message, ni la technique, mais le récepteur.»

Dominique Wolton :(1947, Cameroun) intellectuel français, directeur de recherche au CNRS en sciences de la communication, spécialiste des médias, de l'espace public, de la communication politique, et des rapports entre sciences, techniques et sociétés.

Table des matières

PARTIE 1 : LA COMMUNICATION

1) Définitions et histoire
    a. Définition de sens communs
    b. Naissance et histoire de la communication
    c. Les principaux domaines de la communication
2) La Communications des associations
    a. Définition
3) Les différentes sortes de communication
    a. La communication externe
    b. La communication interne
    c. La professionnalisation de la communication des associations
    d. Acteurs et objectifs
4) Les outils de mis en œuvre de la communication
    a. Définir une stratégie de communication
    b. Concevoir et décliner son plan de communication
    c. Mettre en œuvre son plan et ses actions de communication

PARTIE 2 : LE DIAGNOSTIC

1) Analyse du secteur associatif sur le territoire lorraine
2) Analyse générale du Comité de Lorraine de Gymnastique
    a. Analyse de la structure
    b. Les missions du Comité de Lorraine de Gymnastique
3) La communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique
    a. La communication interne
    b. La communication externe de premier niveau
    c. La communication externe de second niveau
    d. Identification du besoin de communication
    e. Les outils et actions existantes
4) La volonté du Comité de Lorraine de Gymnastique
    a. Admettre le besoin
    b. Les actions mises en place par le Comité pour évoluer dans la communication
5) La volonté de la Fédération Française de Gymnastique
    a. La nouvelle direction de la Fédération
    b. Les nouvelles volontés de la Fédération
    c. La nouvelle campagne de communication de la Fédération

d. La chartre graphique de la Fédération
e. La volonté d'unité dans les différents niveaux des instances
f. Une unification au profit de la communication

6) La volonté des Comités Départementaux et des clubs lorrains
a. Les actions menées par les Comités Départementaux
b. La volonté des Comités Départementaux
c. L'acceptation des nouvelles directives fédérales par les Comités Départementaux
d. La difficulté des clubs lorrains en communication
e. La volonté des clubs lorrains
f. L'acceptation des nouvelles directives par les clubs lorrains

PARTIE 3 : LES SOLUTIONS

1) Création d'un annuaire
a. Déterminer la cible
b. La planification
c. Obtenir l'information
d. Le financement
e. Le résultat
f. Les formes de distribution
g. L'atteinte des objectifs

2) Utilisation des supports de communication de la Fédération
a. Mise à disposition des outils de la Fédération Française de Gymnastique
b. Les outils mis en place
c. Utilisation des anciens supports

3) Création de supports de communication
a. Les banderoles
b. Stand parapluie
c. La voiture de société
d. Les stickers
e. Les affiches
f. Signatures électroniques
g. Le bandeau
h. Le communiqué de presse

4) Création d'un nouveau site internet
a. Les fonctions du site internet
b. Les attentes de résultats et ses évaluations
c. Le rôle du Comité de Lorraine de Gymnastique dans la formation au site et son alimentation

d. Les autres fonctionnalités en lien avec le site internet

5) Mise en place de partenariat
6) Mise en place évènementielle
7) La formation en communication des clubs
8) L'embauche d'une personne chargée de la communication

ANNEXES

Listes des annexes :

- Annexe 1 : Fiche club type
- Annexe 2 : Offre de publicité
- Annexe 3 : Convention type
- Annexe 4 : Affiche
- Annexe 5 : Dossier partenariat

Comité de Lorraine de Gymnastique

Référencement des clubs lorrains dans le cadre de la création d'un annuaire

Afin d'améliorer sa communication, tant interne qu'externe, le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite mettre en place pour la rentrée 2014, un annuaire référençant tous les clubs lorrains de gymnastique. Pour ce faire, nous avons besoin de toutes les informations vous concernant.

Identité du club et contact :

- Nom du Club :
- Adresse complète:
- Téléphone :
- Adresse mail :
- Site internet :

Horaires de permanence (+personne présente pour inscription et renseignement):

Sites d'entrainement :

- Lieu(x):
- Adresse(s) :

Le bureau directeur

- Nom Prénom Président :
  - Contact mail / téléphone:
- Personne contact / référent :
  - Contact mail / téléphone :

Labels et certification :

Certification Qualité	Label Petite Enfance	Label Gym Sénior

Les disciplines et activités gymniques de votre club :

Veuillez cocher et remplir les disciplines et activités de votre club

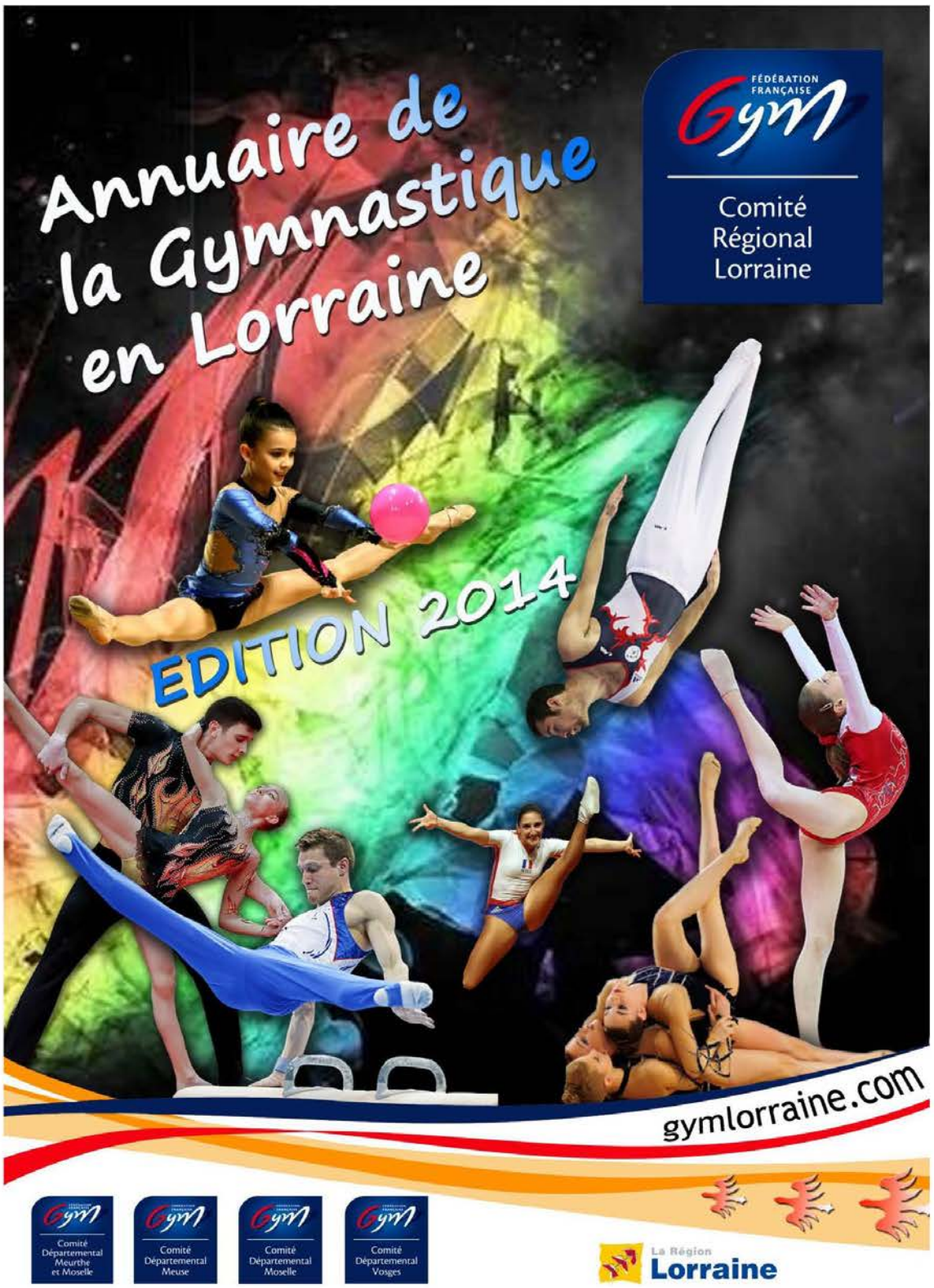
×/√	Discipline
	Baby Gym (2/4 ans)
	Eveil Gym (4/5 ans)
	Initiation (à partir de 6 ans)
	GA Masculine
	GA Féminine
	Gymnastique Rythmique
	Trampoline
	Tumbling
	Gymnastique Acrobatique
	Gymnastique Aérobic
	Gymnastique Forme et Loisir (Sénior, entretien, expression,…)
	Gymnastique adaptée
	Autres

Identification visuelle :

Veuillez joindre votre logo, et une ou deux photos représentant votre club afin de permettre une communication visuelle.

Informations supplémentaires :

OFFRE DE PUBLICITE



Le Comité de Lorraine de Gymnastique

Le Comité de Lorraine de Gymnastique est une structure déconcentrée, affiliée à la Fédération Française de Gymnastique.

Elle compte actuellement 60 clubs répartis dans les 4 départements lorrains (Meurthe-et-Moselle, Moselle, Vosges et Meuse), soit environ 12 500 licenciés.

Ses missions, ses valeurs, son image

Ses principales missions :

- l'organisation du championnat, la mise en place du calendrier compétitif,
- la mise en place de formations (animateur, entraineur, arbitre),
- le développement des activités gymniques.

Ses valeurs :

- « le Haut Niveau » : faire briller ses champions, préparer l'élite, attribuer les titres,
- « Gym pour tous » : promouvoir la pratique des activités gymniques pour le plus grand nombre.

Son rôle :

- respecter les axes de développement et l'image véhiculée par la Fédération Française de Gymnastique, et les appliquer au niveau régional.

L'annuaire

« L'annuaire de la Gymnastique en Lorraine » sera composé de 52 pages recto verso, couvertures non comprises. 300 exemplaires sont prévus à la distribution. Edité en format A4, il sera sous la forme d'un magazine, en papier brillant. Transportable et facile à ranger ou stocker, cet annuaire sera un parfait support de communication dans la praticité.

Il a pour but de faire la promotion du Comité de Lorraine de Gymnastique, de ses instances départementales, ainsi que des 60 clubs lorrains, et de la pratique de la Gymnastique.

Leur fonctionnement, leur bureau directeur, et leurs activités y seront présentés en détails, afin de répondre à la curiosité de tous, professionnels, futurs licenciés et néophytes.

Pourquoi apparaître dans notre annuaire ?

Grâce à cet ***« Annuaire de la Gymnastique en Lorraine »*** nous pouvons vous proposer une visibilité de qualité pour votre entreprise, votre marque, vos produits, votre association,…

« L'annuaire de la Gymnastique en Lorraine » sera distribué à tous les clubs de Lorraine, les Comités départementaux, les municipalités (annuaire consultatif), les MJC et autres instances pouvant promouvoir le sport (CROS, CDOS, Conseil Général,..) vous offrant ainsi la possibilité de toucher de futurs et potentiels clients.

Les offres

Comme nos champions, visez le meilleur de la performance !

	Taille	Situation (selon dispo)	Prix du pack
PACK OR	A4 Page pleine	~~2ème de Couverture~~ ~~4ème de Couverture~~ ~~Page 27 Centrale Droite~~	**475 €**
PACK ARGENT	A4 Page pleine	Page ~~3~~-12-23-24-26-28-35-46 ~~3ème de couverture~~ Page centrale gauche	**310 €**
PACK BRONZE	Demi-page A5	Page ~~17-25-~~41	**145€**

Ces offres sont valables pour la période de septembre 2014 à septembre 2016.

Contacts

Comité de Lorraine de Gymnastique
Maison Régionale des Sports
BP 70 001
13, rue Jean Moulin
54510 TOMBLAINE
Tél : 03 83 18 87 84 / Fax : 03 83 18 87 85

Mlle SCHOLLHAMMER Amélie
Stagiaire Chargée de Communication
Port : 06 88 64 24 15

Mr MEYER Gaël
Cadre Technique Fédéral et Coordonateur de l'ETR
Port : 06 20 20 65 14

Mail : contact@gymlorraine.fr
Site internet : gymlorraine.com

Convention de partenariat

Offre de publicité : Annuaire de la Gymnastique en Lorraine

Soutenir le Comité de Lorraine de Gymnastique dans son projet de communication pour promouvoir votre entreprise

ENTRE :

La société
enregistrée sous le numéro de Siret …
Dont le siège social est domicilié …
Représentée par …
Agissant en qualité de …
et dûment habilité à cet effet.

Ci-après dénommée « la Société »

D'UNE PART,

ET :

Le Comité de Lorraine de Gymnastique, Association 1901, enregistré sous le numéro de Siret **411 150 113 00016**. Représentée par **M. Claude WILINSKI**, agissant en qualité de **Président**, et dûment habilité à cet effet.

Ci-après dénommée « le Comité »

D'AUTRE PART.

ARTICLE 1 – Projet

Réalisation d'un annuaire de la Gymnastique en Lorraine à but promotionnel, du Comité de Lorraine de Gymnastique et de l'activité dispensée dans les clubs lorrains.

Afin de réaliser une aide au financement de projet, des pages seront dédiées aux publicités de nos partenaires.

ARTICLE 2 – Le choix des packs

« La Société » choisi de participer à ce projet, en optant pour :

PACK OR	
PACK ARGENT	
PACK BRONZE	

Choix de la page : **Page centrale gauche, P.26**

ARTICLE 2 – Nos engagements

« Le Comité » s'engage à insérer la publicité du choix de « la Société », sur la page de son choix correspond à l'offre choisie, lors de la mise en page et du lancement à l'impression de l'annuaire de la Gymnastique en Lorraine.

« Le Comité » s'engage à vous fournir une version PDF, avant le lancement à l'impression, afin que vous validiez le positionnement de votre publicité et la qualité de celle-ci.

« Le Comité » s'engage également à vous fournir un exemple de notre annuaire, une fois celui-ci réalisé.

« Le Comité » s'engage à distribuer cet outil de communication dès la rentrée septembre 2014, en sa totalité, à toutes les instances sportives, clubs, comités, municipalités,…

ARTICLE 3 – Vos engagements

« La Société » s'engage, entre contrepartie de la publication de leur publicité, à verser au Comité de Lorraine de Gymnastique la somme indiquée lors du choix de l'offre de publicité. (Cf : Tableau, Article 2).

Cette somme sera versée dès la signature de cette présente convention.

« La Société » s'engage à nous fournir le visuel souhaité, sans intervention de PAO supplémentaire de notre part.

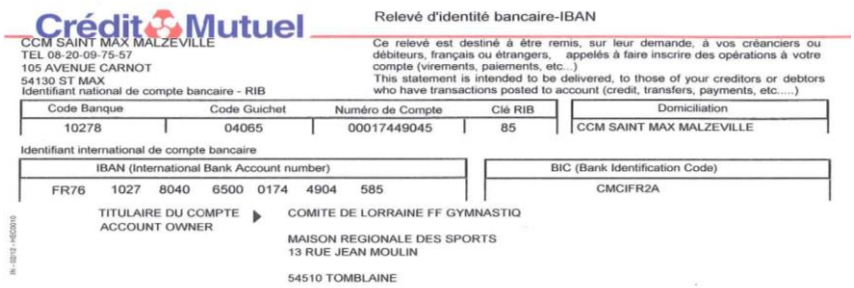
ARTICLE 4 – Durée du contrat

Ce contrat engage « la Société » et « le Comité » pour une période des deux ans, soit la durée de vie de la première version de cet annuaire de la Gymnastique en Lorraine : Septembre 2014 à Septembre 2016.

ARTICLE 5 – Modalités de versement

« Le Comité » vous offre deux possibilités de versements :

- Le virement bancaire


Crédit Mutuel

CCM SAINT MAX MALZEVILLE
TEL 08-20-09-75-57
105 AVENUE CARNOT
54130 ST MAX
Identifiant national de compte bancaire - RIB

Relevé d'identité bancaire-IBAN

Ce relevé est destiné à être remis, sur leur demande, à vos créanciers ou débiteurs, français ou étrangers, appelés à faire inscrire des opérations à votre compte (virements, paiements, etc...)
This statement is intended to be delivered, to those of your creditors or debtors who have transactions posted to account (credit, transfers, payments, etc.....)

Code Banque	Code Guichet	Numéro de Compte	Clé RIB	Domiciliation
10278	04065	00017449045	85	CCM SAINT MAX MALZEVILLE

Identifiant international de compte bancaire

IBAN (International Bank Account number)	BIC (Bank Identification Code)
FR76 1027 8040 6500 0174 4904 585	CMCIFR2A

TITULAIRE DU COMPTE / ACCOUNT OWNER ▶ COMITE DE LORRAINE FF GYMNASTIQ
MAISON REGIONALE DES SPORTS
13 RUE JEAN MOULIN
54510 TOMBLAINE

- Le chèque bancaire, à l'ordre du « Comité de Lorraine de Gymnastique »

Contrat à réaliser en deux exemplaires.

« La Société »	« Le Comité »
Fait à	Fait à
Le	Le

CHAMPIONNAT DE LA LORRAINE GYM
Fédération Française Gym
Comité Régional Lorraine
COUPES FORMATIONS GAM-GAF
(ex Circuits Educatifs)
31 mai et 1er juin 2014
Gymnase Emilie Lepennec
VITTEL
Tarif entrée: 2 euros
Gratuit pour les licenciés
de - 15 ans
A.S. SAINT REMY DE VITTEL
Section
gymlorraine.com
Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
DIRECTION RÉGIONALE DE LA JEUNESSE, DES SPORTS ET DE LA COHÉSION SOCIALE
La Région Lorraine
CROS LORRAINE FRANCE
COMITE REGIONAL OLYMPIQUE ET SPORTIF
Crédit Mutuel
La banque à qui parler
www.creditmutuel.com
Ville de Vittel
Conseil Général des Vosges

DOSSIER PARTENARIAT

FÉDÉRATION FRANÇAISE GYM
Comité Régional Lorraine

Comme nos champions,

visez le meilleur de la performance !

gymlorraine.com

Le Comité de Lorraine de Gymnastique

Le Comité de Lorraine de Gymnastique est une structure déconcentrée, affiliée à la Fédération Française de Gymnastique.

Elle compte actuellement 60 clubs répartis dans les 4 départements lorrains (Meurthe-et-Moselle, Moselle, Vosges et Meuse), soit environ 12 500 licenciés.

Ses missions, ses valeurs, son image

Ses principales missions :

- l'organisation du championnat, la mise en place du calendrier compétitif,
- la mise en place de formations (animateur, entraineur, arbitre),
- le développement des activités gymniques.

Ses valeurs :

- « le Haut Niveau » : faire briller ses champions, préparer l'élite, attribuer les titres,
- « Gym pour tous » : promouvoir la pratique des activités gymniques pour le plus grand nombre,
- prévention par le sport et prévention des sportifs,
- promotion des métiers du sport.

Son rôle :

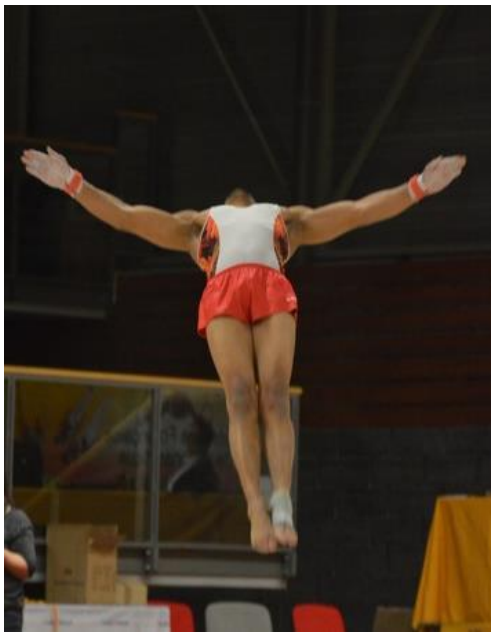
- respecter les axes de développement et l'image véhiculée par la Fédération Française de Gymnastique, et les appliquer au niveau régional.

Les évènements

Le Comité de Lorraine de Gymnastique est chargé de l'organisation et du soutien de **8 championnats régionaux**, répartis sur une saison sportive.

Championnat de Lorraine de Gym :

- Individuel Gymnastique Rythmique
- Ensembles Gymnastique Rythmique
- Sports Acrobatiques (trampoline, tumbling, Gym Acrobatiques, TeamGym)
- Individuels GAM GAF



- Equipes GAM GAF
- Libre Régional GAF
- Coupes Formations GAM GAF
- Coupes Formations GR

Le Comité soutient également des compétitions telles que les **Coupes de Lorraine**, qui réunissent les meilleurs gymnastes lorrains, qualificatives pour les Championnats de France Intercomités.

Le Comité se voit aussi soutenir les compétitions de **zones** et compétitions **nationales** se déroulant dans la région Lorraine selon les candidatures.

De part les nouveaux projets émis par le bureau directeur élu, la volonté de réaliser **annuellement un grand évènement d'envergure nationale ou internationale** sur le territoire lorrain est engagée. Ces évènements sont largement diffusés par le biais de la fédération Française de Gymnastique et ses médias. Nos médias locaux sont aussi largement présents concernant la couverture de ces manifestations.

VISIBILITE LOCALE ET

Le Comité de Lorraine de Gymnastique c'est aussi des **manifestations non compétitives** tout au long de la saison sportive : galas, spectacles, rencontres expression, rencontres Evolugym,…

Ce sont à chaque manifestation, près de **100 à 450 gymnastes** qui se rencontrent et partagent les valeurs de la gymnastique. Autant d'enfants, d'adolescents et d'adultes, que de familles qui viennent les soutenir dans leurs activités.

VISIBILITE GRAND PUBLIC

Les lieux de compétitions et de rencontrent sont des **lieux ouverts au public** (salle, gymnase, plein air). Lieux qui offrent une **visibilité** auprès du public gymnaste et leur famille, mais aussi à tous ceux qui le souhaitent.

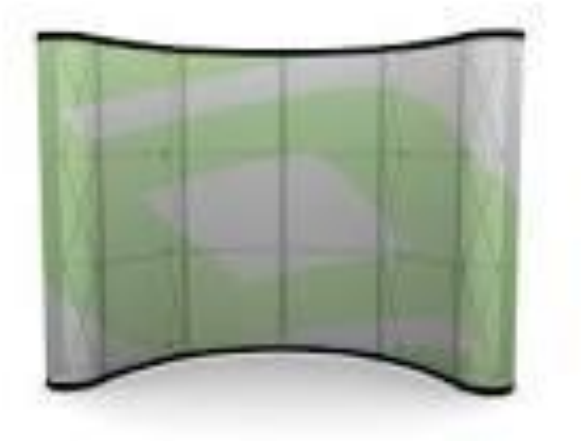
Les supports de communication

Le Comité de Lorraine de Gymnastique dispose ou va disposer d'ici la rentrée septembre 2014, de nombreux supports de communication.

La Communication est à nos yeux, une forme importante de relation dans la vie du secteur associatif, avec son public et futur public, **public qui est aussi le vôtre !**

Le stand parapluie

Nous avons comme projet de nous doter d'un stand parapluie à partir de la rentrée septembre 2014. Nous optons pour un format 4mx3m, sur un mur courbé.



Ce stand parapluie sera placé derrière les podiums pour toutes les compétitions régionales que soutient le Comité de Lorraine de Gymnastique. Visibilité idéale pour votre logo durant la prise des photos des médaillés. Ce stand parapluie pourra également être utilisé lors de manifestations où le Comité de Lorraine de Gymnastique tiendra un stand pour faire sa promotion. (Galas, Rencontres sportives, Assemblée Générale, Forums,…)

Votre logo sera disposé sur le haut du stand parapluie, sur fond blanc, mis en évidence par notre vague aux couleurs de la Lorraine.

5 emplacements sont disponibles (voir tarifs dans les tableaux ci-dessous).

Les kakémonos

Indispensables supports de communications sur les compétitions, le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite renouveler ses 6 kakémonos (85x200) avec l'arrivée de la nouvelle charte graphique de Fédération Française de Gymnastique.

Disposés de part et d'autres des podiums lors des compétitions, dans les salles de réunions lors des Assemblées Générales, sur les stands d'expositions lors de manifestations où le Comité de Lorraine de Gymnastique se voit convié, sur les manifestations sportives que soutient le Comité de Lorraine de Gymnastique ou encore lors d'interview ou d'entrevue visuelle avec la presse,…

Facilement transportables et rapides à installer, ils seront partout, et vous serez visibles !

Les logos seront placés sur le haut du kakémono, sur fond blanc, mis en valeur par notre vague aux couleurs de la Lorraine afin de les séparer du contenu informationnel.

3 emplacements sont disponibles (voir tarifs dans les tableaux ci-dessous).

Vos banderoles

Afin de vous garantir une visibilité, des emplacements seront réservés pour disposer votre banderole dans les salles de compétitions lors des compétitions régionales, des Coupes de Lorraine ou autres manifestations gymniques de grandes ampleurs, soutenues par le Comité de Lorraine de Gymnastique.

Deux types de formats sont considérés (voir tarifs dans les tableaux ci-dessous).

Notre site internet

A la rentrée septembre 2014, le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite mettre en ligne le nouveau site internet dont il vient de se doter.

Un site plus fonctionnel, qui fait peau neuve, au graphisme épuré. Chaque mois ce sont près 1500 visites qui sont enregistrées.

Un emplacement sera dédié pour vous, disponible pour vos logos. Un lien sera également mis en place. Un clic sur votre logo, et l'utilisateur arrivera directement sur votre page d'accueil ou autre page au choix de votre site.

(Voir tarifs dans les tableaux ci-dessous).

Notre teaser

Le Comité de Lorraine souhaite réaliser un clip promotionnel, qui sera diffusé pour la rentrée Septembre 2014.

Vous pouvez participer à la réalisation de ce projet par une aide financière ou matérielle.

Votre logo apparaitra lors du générique de début ou de fin, sous la forme suivante :

« Réalisation soutenue par XXX »

1 place est disponible dans le générique de début et 2 places sont disponibles dans le générique de fin.

Pourquoi soutenir et devenir partenaire du Comité de Lorraine de Gymnastique ?

Grâce à nos différents supports de communication, plusieurs choix s'offrent à vous.

Le Comité de Lorraine de Gymnastique est une association très active, qui soutient 8 compétitions régionales chaque année, la Coupe de Lorraine et chaque compétition ou rencontre de gymnastique de tout niveau se déroulant dans la région lorraine (Championnat de zone,

championnat de France, rencontre internationale, Gala, Evolugym…)

Au carrefour de l'Europe, entre le Luxembourg, l'Allemagne, et la Belgique, de nombreuses rencontres gymniques se sont déjà déroulées sur le territoire lorrain. Le Comité de Gymnastique soutenant ces manifestations et ayant un lien étroit avec la couverture médiatique de ces manifestations, vous obtiendrez une visibilité sans pareille au-delà des frontières françaises.

(Rencontre Sarre Lorraine Luxembourg)

rl 04-11-2013 ed Sarreguemines

SPORTS — coupe de lorraine

La gymnastique a fait son show

Après la compétition, place au spectacle avec des gymnastes de niveau international. Ces derniers ont ensuite remis les médailles aux sportifs qui ont participé à la Coupe de Lorraine.

Une ambiance surchauffée, des acclamations dignes de concert… La salle principale du complexe gymnique Emilie-Le-Pennec était transfigurée samedi en début de soirée pour accueillir six athlètes de niveau international, représentant les quatre disciplines olympiques de la gymnastique.

La compétition a laissé place au spectacle. Et c'est avec émerveillement que les jeunes ont vu évoluer Loïs Frasca, Sarah-Line Errin, Aurélie Malaussena, Marie Jablon, Nina Ramsayer et Joëlle Valez.

« A mon tour de le faire »

« *C'est la deuxième année que nous faisons venir des athlètes de haut niveau pour la Coupe de Lorraine*, précise Gaël Meyer, cadre technique du comité de Lorraine. C'est pour faire vibrer les jeunes, car ce sont leurs modèles. » C'est bien pour cette raison qu'Aurélie Malaussena, 20 ans, présente aux Jeux olympiques de 2012 à Londres en gymnastique artistique, a répondu est venue à Sarreguemines. « *Quand j'étais petite, j'adorais voir les démonstrations réalisées par les grandes gymnastes. C'est à mon tour de le faire*, assure-t-elle. *J'ai commencé ce sport à 6 ans car une copine à l'école en faisait.* »

Douée dès son plus jeune âge, elle part en sport études dès sa deuxième année de pratique. Elle a accédé à son plus grand souhait en participant aux Jeux à Londres. Les anneaux olympiques sont d'ailleurs tatoués dans sa nuque. « *C'est mon rêve depuis que j'ai commencé la gym ou presque. Durant trois semaines, j'ai été dans une autre dimension* », raconte Aurélie Malaussena. Seule française à arriver en finale du concours général, elle finit à la 23e place. « *Je ne suis pas arrivée au top de ma forme. Ce que j'ai présenté n'était pas à la hauteur de ce que j'aurais pu faire donc je reste sur ma faim.* »

Les participants à la Coupe de Lorraine ne sont pas restés sur leur faim avec des démonstrations virvoltantes, avant d'être ramenés à la réalité avec les résultats. Regroupés sur le tapis central, les jeunes gymnastes attendaient d'être appelés sur le podium. Avec grâce, les vainqueurs se déplaçaient pour recherche leur médailles sous les hourras des membres de leur club. Au final, c'est la Moselle qui a remporté la Coupe de Lorraine. Pas étonnant, puisque c'était le département le plus largement représenté.

A.-L. N.

Des étoiles plein les yeux après les démonstrations de gymnastes de haut niveau, les participants à la Coupe de Lorraine se sont regroupés dans l'attente des résultats. (Photo RL)

Le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite aussi donner une image accessible de la gymnastique, par le plus grand nombre. Ce qui augmente la capacité d'impact publicitaire sur le public visé.

Les offres

OFFRE STAND PARAPLUIE

	Taille	Situation	Prix de l'offre
HAUT CENTRE	Environ 25x25	Place centrale	**240 €**
HAUT	Environ 25x25	Place intermédiaire	**190 €**
COTE	Environ 25x25	Place extérieure	**180 €**

Ces offres sont valables pour toute la durée de vie de ces supports de communication. Soit au moins 4 ans.

OFFRE KAKEMONO

	Taille	Situation	Prix de l'offre
CENTRE *(1 kakémono)*	20cm x 20cm	Centre	**70 €**
CENTRE *(3 kakémonos)*	20cm x 20cm	Centre	**195 €**
CENTRE *(6 kakémonos)*	20cm x 20cm	Centre	**365 €**
COTE *(1 kakémono)*	20cm x 20cm	Côté Droit Coté Gauche	**55 €**
COTE *(3 kakémonos)*	20cm x 20cm	Côté Droit Coté Gauche	**150 €**
COTE *(6 kakémonos)*	20cm x 20cm	Côté Droit Coté Gauche	**295 €**

Ces offres sont valables pour toute la durée de vie de ces supports de communication. Soit au moins 4 ans.

OFFRE BANDEROLES

	Taille (cm)	Situation	Prix l'offre
GRANDE BANDEROLE (1 affichage)	101x201 et plus	Salle de Compétition	**55 €**
GRANDE BANDEROLE (affichage annuel)	101x201 et plus	Salle de Compétition	**350 €**
PETITE BANDEROLE (1 affichage)	100x200 et moins	Salle de Compétition	**35 €**
PETITE BANDEROLE (affichage annuel)	100x200 et moins	Salle de Compétition	**220 €**

Ces offres sont valables ponctuellement ou pour la durée d'une saison sportive, soit septembre 2014 à septembre 2015.

OFFRE SITE INTERNET

	Taille (cm)	Situation	Fonctionnalité	Prix de l'offre
LOGO SITE	4,5x4,5 max environ	ESPACE Logo partenaires Pied de page	Lien vers le site du partenaire	**55 €**

Cette offre est valable pour la période d'une saison sportive, soit de Septembre 2014 à Septembre 2015.

SOUTIEN A LA REALISATION D'UN TEASER

	Situation	Prix l'offre
TEASER place 1	Générique de début	**160 €**
TEASER place 2	Générique de fin	**120 €**
TEASER place 3	Générique de fin	**100 €**

Cette offre est valable pour toute la durée de diffusion de la vidéo, soit au moins 4 ans.

Les packs

Nous vous proposons également des packs complets, qui se déclinent de 3 façons, ainsi que des packs spécialisés.

Les PACKS	Contenu	Prix de base	Prix du pack
PACK FULL OR	Stand parapluie haut centre (4ans) 6 Kakémonos Centre (4 ans) Grande banderole (1 an) Logo sur site (1 an) Teaser 1 (4 ans)	~~1 170 €~~	**1 000 €**
PACK FULL ARGENT	Stand parapluie haut côté intermédiaire (4ans) 6 Kakémonos côté (4 ans) Petite banderole (1 an) Logo sur site (1 an) Teaser 2 (4 ans)	~~880 €~~	**775 €**
PACK FULL BRONZE	Stand parapluie haut côté extérieur (4ans) 3 Kakémonos côté (4 ans) Petite banderole (1 an) Logo sur site (1 an) Teaser 2 (4 ans)	~~750 €~~	**645 €**
PACK MULTIMEDIA	Logo sur site (1 an) Teaser 1 (4 ans)	~~215 €~~	**175 €**
PACK EVENEMENTIEL	Stand parapluie haut coté intermédiaire (4 ans) 6 kakémonos coté (4 ans) Grande banderole (1 an)	~~835 €~~	**710 €**

Contacts

Comité de Lorraine de Gymnastique

Mr MEYER Gaël
Cadre Technique Fédéral et Coordonateur de l'ETR
Tél : 03 83 18 87 84 / Port : 06 20 20 65 14 / Fax : 03 83 18 87 85

Mlle SCHOLLHAMMER Amélie
Stagiaire en Management et Communication
Port : 06 88 64 24 15

Maison Régionale des Sports
BP 70 001
13, rue Jean Moulin
54510 TOMBLAINE
Mail : cr.lorraine@ffgym.com
Site internet : gymlorraine.com

MEMOIRE DE FIN D'ETUDE

DE MASTER

La Communication au sein du Comité de Lorraine de Gymnastique

SCHOLLHAMMER Amélie

UNIVERSITE DE LORRAINE
UFR STAPS NANCY

Juin 2014

COMMUNICATION – ASSOCIATION – PRISE DE DECISION – ADMETTRE – S'ADAPTER - DEVELOPPEMENT

Le Comité de Lorraine de Gymnastique souhaite développement sa communication, en lui dédiant un service. Un état de lieu et un diagnostic de la communication existante et de ses actions est fait, afin de mieux identifier la cible, répondre à la demande et de pouvoir monter au plus vite une stratégie de communication performante et adaptée. Le Comité de Lorraine de Gymnastique se veut précurseur dans la matière, en innovant directement suite aux directives en communication de la Fédération Française de Gymnastique.

COMMUNICATION - ASSOCIATION - DECISION-MAKING – TO ADMIT - TO ADAPT ITSELF - DEVELOPMENT

The Committee of Lorraine of Gymnastics wishes development its communication, by dedicating him a communication department. A report and a diagnosis of the existing communication and its actions is made, to identify better the target, answer the request and be able to produce as quickly as possible a successful and adapted communications strategy. The Committee of Lorraine of Gymnastics aims to be precursory in the subject, by innovating directly further to the directives in communication of the French Federation of Gymnastics.