

**REUNION COMMISSION COMMUNICATION  
DU CROS DE PICARDIE  
Mardi 10 décembre 2013 à 14h00 à l'Auberge de Jeunesse d'Amiens**

Présents : Jean-Michel Baudalet (CROS), Annie Brément (invitée), Christian Charles (CROS), Jean-Pierre Ducloux (CROS), Lionel Herbet (invité), Daniel Lefevre (CROS), Daniel Pipart (CROS), Bernadette Sanz (invitée), Jimmy Sellier (CROS), Xavier Vaucheret (CROS)

Excusés : Nicole Andermatt (CROS), Marie Collonvillé (invitée), Philippe Courtin (CDOS de l'Aisne), Hubert Dessaint (CROS de Picardie), Michel Gendre (CROS), Régine Tisserant (CROS)

Pascal Charbonnet et Arnaud Sellier assistent à la réunion.

Daniel Lefevre ouvre la réunion à 14h00 et remercie les participants pour leur présence. Il souhaite la bienvenue à Bernadette Sanz (Trésorière de la ligue de Picardie d'athlétisme) qui a accepté d'intégrer la commission.

**1/ Echanges autour du plan de communication 2014-2016 "Donnons du sens à nos actions"**

En introduction, Daniel Lefèvre rappelle les axes et les priorités du CROS qui ont été présentés lors du séminaire des ligues et validés lors du comité directeur du 21 novembre 2013.

**Axe n°1 : S'ouvrir pour mieux comprendre**

**Objectif stratégique : Créer l'observatoire du sport picard**

Le CROS doit être ouvert sur son environnement : Connaître la réalité de l'organisation du sport en Picardie et ses relations avec les acteurs publics et privés pour améliorer son efficience.

↳ Priorité n° 1 : Observer en rassemblant les acteurs œuvrant dans l'observation du sport picard

↳ Priorité n°2 : Représenter et porter le message du mouvement sportif au travers des instances

↳ Priorité n°3 : Être force de proposition

**Axe n°2 : Se relier pour mieux décider - S'unir pour mieux agir**

**Objectif stratégique : Animer les rencontres du sport picard**

Le CROS fédérateur des acteurs du sport picard : communiquer, former, accompagner le mouvement sportif pour valoriser son potentiel de développement et faire face aux nouveaux enjeux sociétaux et économiques.

↳ Priorité n°1 : Animer les rencontres du sport picard

↳ Priorité n°2 : Former les bénévoles et les salariés du sport picard

↳ Priorité n°3 : Accompagner le mouvement sportif

↳ Priorité n°4 : Valoriser les acteurs sportifs picards

### **Axe n°3 : Décloisonner pour mieux innover**

#### **Objectif stratégique : Créer un incubateur du sport :**

Développer de nouveaux espaces de dialogue : Le CROS doit être porteur d'ambition et d'innovation pour aider le mouvement sportif à devenir plus autonome en s'appuyant sur des ressources et partenariats nouveaux.

↳ **Priorité n°1** : Faire valoir les compétences du mouvement sportif

↳ **Priorité n°2** : Développer de nouveaux espaces de dialogue

L'objectif est de définir une stratégie de communication pour les trois ans à venir.

#### **a/ Trouver un slogan et réalisation d'un logo spécifique**

Daniel Lefèvre propose que chacun réfléchisse à un slogan de quelques mots qui résumerait la volonté du CROS pour les trois ans à venir. Ce slogan serait décliné dans un logo spécifique qui serait apposé sur les différents supports de communication utilisés (signature d'e-mail, papier à en-tête, lettres d'informations, ...). Ces outils ont pour objectif d'être plus connus au cours des trois ans à venir et de rassembler le plus grand nombre derrière une bannière commune.

Les mots et idées importantes à prendre en compte pour la création de slogan sont : Observer - Rencontrer - Décloisonner - Rassembler - Rayonner - Rio

Quelques propositions émises par les membres de la commission :

- Commencer à Rayonner pour l'Ouverture du Sport
- Commençons à Rêver à Rio 2016
- Rio, les Jeux Olympiques
- Mission Rio
- CROS Picardie : le sport en mouvement
- Dynamiser, Ambitionner, Rassembler

Au delà de ces premières idées, l'ensemble des membres de la commission seront sollicités par mail afin de faire remonter leurs propositions.

#### **b/ Moyens de communication et actions à mener**

La réalisation d'une plaquette présentant le CROS et son projet pour l'olympiade semble indispensable. Cette plaquette pourra être remise à l'ensemble des interlocuteurs réguliers ou occasionnels du CROS dans le but de mieux faire connaître le CROS.

En parallèle, Daniel Lefèvre propose la réalisation d'une ou plusieurs vidéos présentant les différents temps forts annuels du CROS dans leur ensemble (préparation des événements, manifestation, débriefing, ...). Ces clips vidéos auraient pour objectif de présenter dans son intégralité le travail réalisé par les équipes du CROS.

Il semble important de s'entourer de compétences professionnelles pour la réalisation de ces clips vidéos.

Chaque responsable de commission ou d'action devra déterminer en amont les différents temps qu'il souhaite faire apparaître dans ces vidéos afin de pouvoir préparer le planning des tournages.

### c/ Actions de communication spécifiques "haut niveau"

Pour le sport de haut niveau, un comité de pilotage spécifique réunissant les différents partenaires doit définir la stratégie régionale et fixer pour chaque partenaire ce qu'il a à conduire comme mission dans ce cadre.

### **2/ Constitution de l'équipe "A la rencontre des ligues et des comités régionaux" et réflexion sur la trame des entretiens**

Les objectifs de ces rencontres seront :

- d'avoir une meilleure connaissance des élus responsables des ligues et des comités régionaux
- d'avoir une meilleure connaissance des besoins et des problématiques des ligues et des comités régionaux (emploi, professionnalisation ,développement de l'activité, valorisation, promotion, communication, ...)
- de mettre en valeur les actions du CROS et les soutiens possibles
- de faire évoluer la stratégie du CROS au cours de l'olympiade

Dans un premier temps, il est important de constituer l'équipe qui établira le calendrier des rencontres et qui réalisera les entretiens : un élu référent sur le dossier + plusieurs élus volontaires dans le but de toujours réaliser les entretiens en binôme.

Annie Brément, Christian Charles, Daniel Pipart, Jimmy Sellier sont volontaires pour réaliser ces entretiens. En complément, une carte de location des ligues pourrait être réalisée afin que chaque élu du CROS réalise quelques entretiens à proximité de son domicile.

Avant le début des rencontres, un petit groupe de travail devra être mis en place pour créer un guide d'entretien (organisation, fonctionnement, relations avec la fédération, relations avec les collectivités, activités innovantes, actions positives, difficultés rencontrées, projet de développement, promotion, communication, ...). Daniel Lefevre pilotera ce groupe de travail. Il est proposé que ce groupe de travail se réunisse une première dans la semaine du 7 au 11 janvier 2014. Il faudrait que le guide d'entretien puisse être validé fin janvier afin de pouvoir débiter les entretiens en février.

Daniel Lefevre souhaite qu'un maximum de ligues puisse être rencontré sur une période d'un an. Quand les présidents de ligues et de comités régionaux seront contactés, il faudra faire passer le message suivant : "On vient vous rencontrer pour mieux vous connaître". Les présidents seront invités à se faire accompagner lors de ces entretiens par les membres de leur association de leur choix (secrétaire, trésorier, vice-président, CTSR, ...).

Daniel Lefèvre propose de passer par une étape "pilote" en choisissant dans un premier temps un panel de 10 ligues et comités régionaux.

Il semble également important que toutes les rencontres fassent l'objet d'un article sur le site Internet du CROS.

### **3/ Actions de communication à entreprendre pour valoriser les acteurs sportifs picards**

#### **a/ Picardie CROS Infos**

Il s'agit de la lettre d'information électronique générale du CROS.

Les précédentes lettres seront envoyées aux membres de la commission afin qu'ils fassent des propositions de sujets et de thématiques à intégrer dans cette lettre.

#### **b/ L'actu des Picards ou autre nom à trouver**

Il s'agirait d'une lettre spécifique aux sportifs de haut niveau qui traiterait à la fois de leurs résultats mais aussi de leurs parcours, de leurs loisirs, ...

-> cf. maquette sur le modèle de L'Actu des Bleus réalisée par le CNOSF

#### **c/ Cérémonie(s) de récompenses ou de mise en valeur**

L'organisation de ces cérémonies sera à étudier en relation avec les partenaires institutionnels du CROS.

#### **d/ Site Internet**

Pas de modifications pour le moment.

#### **e/ Réseaux sociaux**

L'utilisation des réseaux sociaux semble également indispensable pour mieux faire connaître les activités du CROS auprès d'un large public. Il reste néanmoins à déterminer qui communique et sur quoi on communique d'où l'importance d'avoir un référent communication dans chaque commission qui sera chargé de faire remonter les informations pertinentes.

Christian Charles pense qu'il est nécessaire de se poser la question suivante : "Jusqu'où le CROS doit-il se faire connaître ?"

#### **f/ Relations avec les médias**

L'organisation d'un petit déjeuner de presse pourrait être mis en place au cours du 1er trimestre 2014 pour notamment présenter le projet du CROS.

### **4/ Questions diverses**

#### **a/ Réalisation de goodies**

Ces goodies seront commandés avant la fin de l'année pour un montant de 2000 € (survestes, polaires, parapluies, stylos, clés USB, serviettes de bain, ...)

b/ RDV avec Radio Evasion

Daniel Lefèvre et Arnaud Sellier ont reçu Sébastien Merville le mardi matin 10 décembre qui est venu présenter la radio Evasion :

- nouvelle radio régionale qui émet en Ile de France, dans la Somme (tout le département couvert), dans l'Oise (Creil, Chantilly, Senlis) et un peu dans l'Aisne (jusque St Quentin)
- Radio tout public : programmation musicale entre NRJ et Chérie FM
- pas de déplacements de journalistes sur les événements
- possibilité de parler des événements organisés par le CROS dans les différents flash infos (envoyer communiqués de presse à [redaction@evasionfm.com](mailto:redaction@evasionfm.com) + [evenement@evasionfm.com](mailto:evenement@evasionfm.com))
- possibilité de réaliser des spots publicitaires (25" à 30") ou des publi-reportages (45" à 1') sur des territoires ciblés. Spots publicitaires réalisés par des studios spécialisés. Coût d'un spot de 30" diffusé 8 fois par jour pendant 1 semaine = environ 800 € HT. Éléments à transmettre 1 semaine avant la diffusion souhaitée du spot.

c/ CROS partenaire de l'édition 2014 de l'Amiénoise

Dans le cadre de l'édition 2014 de l'Amiénoise, quatre conférences seront organisées entre le 13 février et le 31 mai. Le CROS sera associé comme représentant du mouvement sportif et dans une perspective de partenariat, d'échanges, de mutualisation et d'accompagnement (intervenants, réseaux, mise en œuvre, ...).

d/ Mise en place d'une formation sur l'utilisation des réseaux sociaux

La mise en place de cette formation sera étudiée par les membres de la commission formation.

e/ Actions spécifiques dans le cadre du centenaire de la guerre 1914-1918

Des actions pourraient être réfléchies à condition qu'un élu accepte de prendre en charge ce dossier. Hubert Dessaint pourrait être sollicité dans ce sens.

f/ Courriers de félicitations aux clubs

A la suite du match de coupe de France de football Nesle-Roye qui a réuni 4500 personnes à Roye, Jimmy Sellier propose que le président du CROS adresse un courrier de félicitations à l'équipe bénévole du club de Nesle pour cette organisation.

Les membres de la commission sont partagés concernant cette proposition.

Plus globalement, à l'image de l'élection du sportif du mois, le CROS pourrait déterminer "le fait sportif du mois" ou "l'organisation sportive du mois".

La réunion se termine à 16h15.

**Date de la prochaine réunion : à définir**

**Daniel LEFEVRE**  
**Vice-président délégué du CROS de Picardie**  
**en charge de la communication**